ADIÓS A LAS TANDAS
Pon a trabajar tus ahorros

AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA
La industria cosmética vs. los engaños

SEGURIDAD SOBRE RUEDAS
Aprende a comprar neumáticos

Revista del
Consumidor

revistadelconsumidor.gob.mx
@r_consumidor

Estudio de calidad

Jugos envasados
¿Fruta lista para beber?

¡Que no te deslumbren los impostores!
Protege tu servicio de luz

El Platillo Sabio Profeco visita la cuna de la nación:

o **Chiles Tlaxcaltecas** p
Nutritivos y muy mexicanos

Julio de 2012 Núm. 425 $25
75 0 9 9 9 7 0 7 8 3 4 00425
Exhibir hasta el 31 de julio
ISSN 0185-8874

Fernanda Tapia te pone en sintonía con el consumo inteligente

Radio 760 AM
¡Comunicación con sentido!

REVISTA DEL CONSUMIDOR EN RADIO ABC

Todos los martes, de 20:30 a 21:00, por el 760 AM de tu radio, Fernanda te comparte secretos y estrategias para llevar una economía familiar sana.

Clase de lectura, por **Boligán**

Revista del Consumidor

Sumario

06 **ÉSTA ES TU VOZ**
Tus dudas, comentarios y sugerencias

08 **INFOGRAFÍA**
¿Qué es Concilianet?

10 **QUÉ HACER SI...**
No respetan tu garantía

11 **CONSUMO CULTURAL**
Afición mexicana: ¿Qué deporte enciende tu pasión?

12 **CONSUMO EN EL MUNDO**
Dime dónde vives y te diré qué consumes

14 **CONSUMO EN LOS ESTADOS**
Encanto jarocho: magia, música, sabor e historia

18 **FINANZAS PERSONALES**
¿Ahorrar en tandas o Cetes?: Haz crecer tus ahorros

22 **CONSUMO ENERGÉTICO**
Prende el foco y cuídate de los fraudes

24 **CONSUMO 2.0**
Códigos QR: ¿Fiebre o revolución de consumo?

27 **TIPS DEL CHEF**
Obtén el corte perfecto (Es más fácil y seguro de lo que crees)

28 **SALUD Y NUTRICIÓN**
TDAH: ¿Síndrome de moda o realidad?

30 **SEGURIDAD EN PRODUCTOS**
Rebasa los riesgos. Neumáticos infalibles

32 **SABER CONSUMIR**
¿Conductor responsable o peligro al volante?

34 **TECNOLOGÍA DOMÉSTICA**
Crema para después de asolearse

36 **PUBLICIDAD ENGAÑOSA**
La autorregulación publicitaria en productos cosméticos

64 **RADIOGRAFÍA**
Precaución: Regreso a clases próximo

70 **TENDENCIAS**
Deporte más empresas: la sinergia del patrocinio deportivo

76 **PROFECO CERCA DE TI**
Todos los servicios que la Procuraduría tiene para ti

78 **PEQUEÑOS CONSUMIDORES**
Tus amigos los árboles

80 **EL TURNO DE...**
Isaac y Ever Palma, seleccionados olímpicos

↘ EL LABORATORIO PROFECO REPORTA:

40

Jugos envasados

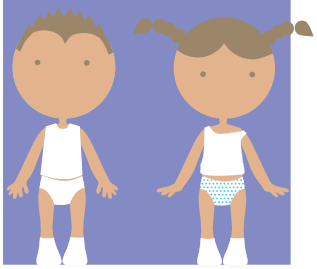
Mieles de la fruta que nos brindan la energía necesaria para empezar el día. Pero, ¿defenderías tu marca de jugo favorita? Descubre si tu jugo es natural con todas las de la ley o debería ser puesto tras las rejas.

48

↘ ESTUDIO DE CALIDAD:

Ropa interior a prueba de Niños

Calcetines agujereados, calzones roídos, camisetas que se encogen... Encuentra en este estudio qué ropa interior para tus hijos aprobó los cursos de calidad, y prepárate para este regreso a clases.



CFE Comisión Federal de Electricidad

¡CUIDADO! Que no te sorprendan.

Nuestro personal no está autorizado para aceptar pagos en efectivo o cheque en tu domicilio, por ningún tipo de servicio.

Cuidado con los correos que ofrecen pagar la luz en línea con un descuento, no proporciones tus datos confidenciales porque son un fraude.

No son válidos los sellos que ofrecen pegar en tu medidor, para liberarte del pago de tu consumo de luz.

Más Información:
www.cfe.gob.mx

MARCA:
071
SERVICIO LAS 24 HORAS

Centros de Pago.

Banamex · BBVA Bancomer · Banco Azteca · HSBC · Santander · Banco del Bajío · Banjercito Un Banco para todos · Inbursa Grupo Financiero · Banco Multiva · Scotiabank · Ixe · Banorte · Extra · Suburbia · Oxxo · Sumesa · Soriana · Coppel · Comercial Mexicana · Sam's Club · Bodega Aurrera · Chedraui · 7 Eleven · Vips · Walmart · CFE Mático · CFE Auto

Profeco SE

Procurador Federal del Consumidor
Bernardo Altamirano Rodríguez

Coordinador General de Educación y Divulgación
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara

Director General de Difusión
Roberto Bello Salcedo

Revista del Consumidor

Directora Editorial
Mónica Adriana Ledón Ruiz

Jefe de información
Ismael Flores Ruvalcaba

Investigación y redacción
Thalía Castillo Gill

Corrección de estilo
Marco Menéndez

Directora de Arte y Diseño
Silvia Peraza de Prado

Editor gráfico
Javier Caballero Sandoval

Diseño
Roberto Paz Amaya
Alejandro Sánchez Velasco

Colaboradores
Boligán
Nelly Güereña
Valeria Alvarado

Ilustración
Bachan
Mónica Miranda
Eduardo Moreno
Bruno Piña

Fotografía
Armando Rodríguez
José Rodríguez
Rodolfo Valtierra

Consejo Editorial
Aída Albuerne Piña
Roberto Bello Salcedo
Alejandro Celis Albarrán
Noreli Domínguez Acosta
Rubén Durán Miranda
Gastón Fernández Arnaiz
Gonzalo Alberto García Ávila
José Jarero Valencia
Aarón Jiménez Paz
María del Pilar López Fernández
Patricia Angelina López Sánchez
Carlos Martínez Velázquez
Laura Alicia Méndez Rodríguez
Juan Alejandro Navarrete Ortega
Suriel Ramírez Zaldívar
Tania Rodríguez Ortiz
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara
Noemí Valerio Barrón

Publicidad
Tania Santa Cruz
ventasrevista@profeco.gob.mx

¿Prevenir, prever o preparar?

Dicen que "el diablo se esconde en los detalles". No se equivocan. A pesar de su uso como sinónimos, existe un profundo abismo de dos letras que diferencia "prever" de "prevenir". Y entre éstas y "preparar" media otro aún más pronunciado.

A todos nos resulta evidente que no es lo mismo prevenir que prever, y mucho menos que preparar el regreso a clases.

Mientras el primer verbo insinúa que ya lo tenemos en mente, el segundo sugiere una serie de acciones para, si no evitarlo, al menos postergarlo (u olvidarlo) un poquito.

Preparar, en cambio, ya implica un "estar haciendo", un "trabajar para", un recibimiento de lo que está por venir. De ahí que ni prever el regreso a clases sea suficiente, ni el prevenirlo, necesario.

Necesitamos prepararlo.

En este número de la **Revista del Consumidor** encontrarás los resultados de nuestro estudio de calidad de ropa interior para niñas y niños, aplicado a pantaletas, calzones, calcetines, calcetas y camisas interiores de diversas marcas comercializadas en todo el país.

También incluimos una radiografía del regreso a clases, con información especialmente útil si tus hijos asisten a una escuela privada. Por ejemplo, cómo deducir las colegiaturas, tus derechos como consumidor de servicios de educación, y hasta los resultados de verificaciones realizadas por **Profeco** a estas instituciones.

Pero tampoco pienses que nos hemos olvidado de que, justo en estos momentos, el aire ya huele a vacaciones. En esta edición también encontrarás un refrescante estudio de calidad de jugos de fruta y la tecnología doméstica para elaborar una crema para después de asolearse.

Preparar el regreso a clases, previendo gastos y previniendo complicaciones es la mejor forma de disfrutar, en tiempo presente, unas merecidas vacaciones para ti y tu familia.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 7, col. Condesa, CP 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México DF. Teléfono: 5625 6930. Fax: 5553 0574, e-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx

La **Revista del Consumidor**, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.** Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, col. Felipe Pescador, del. Cuauhtémoc, México, DF, CP 06280. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México A.C., Calle Guerrero #50, col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editora responsable: Mónica Adriana Ledón Ruiz. Tiraje: 40,000 ejemplares.

Índice temático **Revista del Consumidor 2008-2012**

¿Buscas un no-brake confiable? ¿Te interesa conocer los beneficios del omega 3? ¿Quieres saber cuál es la mejor bebida hidratante para tu rutina de ejercicios? Encuentra aquí todos los estudios de calidad y artículos informativos que han aparecido en la **Revista del Consumidor** desde 2008.

A

Aceite de oliva (est.), abr 08, 374, p. 56
Aceites vegetales (est.), oct 10, 404, p. 36
Agua, crisis del (art.), feb 10, 396, p. 56
Aguinaldo (art.), dic 09, 394, p. 46
Alaciadores para el cabello (est.), ene 09, 383, p. 34
Antibacteriales (est.), mar 10, 397, p. 60
Atún enlatado (est.), mar 12, 421, p. 36
Audífonos de botón (est.), sep 10, 403, p. 52
Automedicación (peligros) (art.), nov 10, 405, p. 62

B

Básculas (est.), mar 09, 385, p. 56
Bases para iPod o MP3 (est.), ene 09, 383, p. 84
Baumanómetros (est.), sep 09, 391, p. 54
Bebidas congeladas (est.), jul 08, 377, p. 58
Bebidas de soya (est.), sep 09, 391, p. 36
Bebidas energéticas (est.), mar 11, 409, p. 26
Bebidas hidratantes (est.), oct 11, 416, p. 56
Bicicletas (art.), abr 12, 422, p.68
Biodiversidad y consumo (art.), jul 10, 401, p. 34

C

Cafeteras (est.), jun 12, 424, p. 48
Cajas de ahorro (art.), nov 09, 393, p. 64
Calentadores ambientales (est.), dic 08, 382, p. 64
Calentadores de agua (est.), nov 11, 417, p. 48
Caldos (est.), jun 08, 376, p. 52
Calzones entrenadores (est.), may 09, 387, p. 76
Camisas de vestir (est.), may 08, 375, p. 54
Campamentos de verano (art.), jul 11, 413, p. 56
Casa de Moneda (art.), feb 08, 372, p. 26
Casas ecológicas (art.), ene 09, 383, p. 66
Cátsup (est.), ene 11, 407, p. 30
Centros de lavado (est.), nov 10, 405, p. 44
Cereales para niños (est.), abr 11, 410, p.30
Cerveza (est.), sep 11, 415, p. 36
Champú cabello teñido (est.), feb 10, 396, p. 48
Clubes deportivos (art.), feb 08, 372, p. 72
Colchones (est.), jul 09, 389, p. 44
Comprar casa, guía (art.), feb 10, 396, p. 64
Computadoras I, laptops (est.), ago 09, 390, p. 38
Computadoras II (est.), ago 10, 402, p. 42
Computadoras III (est.), ago 11, 414, p. 34
Condones (est.), feb 11, 408, p. 28
Consomés (est.), jun 08, 376, p. 52
Consumo de luz (art.), sep 11, 415, p. 68
Cosméticos (art.), may 08, 375, p. 36
Crédito comercial (art.), abr 10, 398, p. 60
Créditos financieros (art.), feb 09, 384, p. 38
Cremas comestibles (est.), dic 11, 418, p. 52
Cremas de verduras (est.), jun 09, 388, p. 38
Croquetas para cachorros (est.), nov 11, 417, p. 35
Cuesta de enero (art.), ene 10, 395, p. 38
Cuidadores de enfermos (art.), oct 09, 392, p. 70

D

Déficit de atención (trastorno) (art.), jun 09, 388, p. 62
Desastres naturales (art.), ene 10, 395, p. 66
Desatornilladores eléctr. (est.), sep 08, 379, p. 66
Detergentes líquidos (est.), sep 08, 379, p. 40
Discos duros externos (est.), may 11, 411, p. 48

E

Ecoturismo y turismo de aventura (art.), may 12, 423, p. 66
Enjuagues bucales (est.), feb 09, 384, p. 44
Ensaladas envasadas (est.), mar 08, 373, p. 56
Escuelas de manejo (art.), dic 08, 382, p. 34
Estufas (est.), jul 11, 413, p. 42
Etiquetas nutrimentales (est.), oct 09, 392, p. 36

F

Fajas (est.), may 09, 387, p. 38
Fechas de caducidad (art.), jul 11, 413, p. 64
Finanzas en pareja (art.), feb 10, 396, p. 40
Finanzas familiares (art.), ene 09, 383, p. 28
Finanzas para el joven adulto (art.), may 10, 399, p. 48
Floristerías (art.), feb 11, 408, p. 56
Frituras (est.), abr 12, 422, p. 44
Frutas en conserva (est.), dic 08, 382, p. 40
Fumigaciones (art.), sep 09, 391, p. 68
Futbol, crítica del (art.), jun 10, 400, p. 64

G

Gimnasios (art.), feb 08, 372, p. 72
Golosinas congeladas (est.), jul 08, 377, p. 58

H

Hamburguesas (est.), dic 10, 406, p. 30
Hormonas (en pollos) (art.), mar 10, 397, p. 54
Hornos de microondas (est.), abr 11, 410, p. 50
Huertos caseros (art.), sep 09, 391, p. 44

I

Impermeabilizantes (est.), abr 12, 422, p. 56
Impresoras fotográficas (est.), nov 09, 393, p. 54
Internet, consumo en (art.), mar 12, 421, p. 64
Internet móvil de banda ancha (art.), dic 11, 418, p. 64
Inversión, planes de (art.), jul 09, 389, p. 38

J

Juguetes para bebé (est.), oct 09, 392, p. 48

L

Lácteos, productos (art.), feb 12, 420, p. 60
Lámparas ahorradoras de energía (est.), ene 12, 419, p. 54
Lápices labiales (est.), may 10, 399, p. 34
Latas de mejillones, ostiones y sardinas (est.), abr 09, 386, p. 44
Lechitas saborizadas (est.), nov 10, 405, p. 26
Licuadoras (est.), ene 10, 395, p. 56
Light, productos (est.), ene 12, 419, p. 34

M

Mantenimiento de autos (art.), jul 10, 401, p. 56
Margarinas (est.), may 11, 411, p. 28
Mezcal (art.), sep 08, 379, p. 50
Miel de abeja (est.), jun 11, 412, p. 30
Mochilas (est.), jul 10, 401, p. 34
Multifuncionales (est.), abr 09, 386, p. 64

N

Neuromarketing (est.), jun 12, 424, p. 72
No-breaks (est.), feb 11, 408, p. 44
Nuggets (est.), mar 09, 385, p. 50

O

Ollas de presión (est.), jun 11, 412, p. 44
Omega 3, alimentos con (est.), dic 09, 394, p. 38

P

Pañales para bebé (est.), sep 11, 415, p. 52
Papas fritas (est.), ago 08, 378, p. 56
Papel higiénico (est.), mar 12, 421, p. 48
Papillas para bebé (est.), abr 10, 398, p. 42
Parrillas eléctricas (est.), nov 08, 381, p. 46
Partos programados (art.), may 10, 399, p. 64
Pegamentos (est.), jul 10, 401, p. 50
Películas DVD y Blu-ray (art.), may 11, 411, p. 60
Periqueras (est.), abr 10, 398, p. 52
Pescado, consumo de (art.), abr 09, 386, p. 38
Pilas AA (est.), oct 11, 416, p. 66
Pinturas vinílicas (est.), oct 10, 404, p. 56
Piratería computacional (art.), mar 10, 397, p. 72
Pizzas (est.), feb 12, 420, p. 38
Podología (art.), nov 09, 394, p. 70
Publicidad encubierta (art.), may 10, 399, p. 44
Publicidad engañosa (art.), oct 11, 416, p. 34
Puré de tomate (est.), ene 11, 407, p. 44

Q

Queso oaxaca (est.), jun 12, 424, p. 38
Queso panela (est.), jul 11, 413, p. 28

R

Reciclaje, centros de (art.), ene 11, 407, p. 60
Redes sociales, el nuevo poder de los consumidores (art.), nov 11, 417, p. 66
Refrescos y bebidas saborizadas (est.), may 12, 423, p. 40
Refrigeradores (est.), feb 12, 420, p. 48
Regaderas ecológicas (est.), mar 11, 409, p. 44
Regreso a clases, guía de (art.), ago 11, 414, p. 60
Reproductores MP3 (est.), oct 08, 380, p. 64
Ropa deportiva (est.), feb 10, 396, p. 64

S

Sábanas (est.), oct 08, 380, p. 44
Sal en alimentos (est.), jun 10, 400, p. 42
Salchichas para hot dog (est.) sep 10, 403, p. 46
Seguros, cultura de los (art.), jun 09, 388, p. 44
Seguros de autos (art.), oct 10, 404, p. 50
Seguros educativos (art.), sep 08, 379, p. 30
Servicios inmobiliarios, guía (art.), oct 11, 416, p. 38
Suavizantes de telas (est.), ago 09, 390, p. 38

T

Tabletas (est.), ago 11, 414, p. 34
Taladros eléctricos (est.), sep 08, 379, p. 66
Tarjetas tel. de prepago (art.), dic 09, 394, p. 70
Tarot, charlatanes del (art.), dic 10, 406, p. 62
Teatro en casa, sistemas de (est.), jun 09, 388, p. 52
Telefonía celular, tarifas (art.), mar 10, 397, p. 40
Televisión de paga (art.), sep 10, 403, p. 46
Televisores LCD y LED (est.), dic 11, 418, p. 34
Termómetros (est.), mar 10, 397, p. 64
Tiempos compartidos (art.), jun 09, 388, p. 70
Tiendas departamentales, historia de (art.), jul 10, 401, p. 68
Tintes para cabello (est.), nov 08, 381, p. 34
Toallas (est.), feb 09, 384, p. 72
Tortilla (art.), ene 12, 419, p. 66
Transporte de pasajeros (art.), ago 09, 390, p. 70

U

Útiles escolares (art.), ago 11, 414, p. 60

V

Vainilla (art.), nov 10, 405, p. 56
Ventiladores (est.), may 12, 423, p. 54
Videocámaras (est.), dic 10, 406, p. 46
Videojuegos (art.), abr 08, 374, p. 34
Vitaminas (art.), feb 10, 396, p. 34

(art.) = artículo
(est.) = estudio de calidad
abr 08 = mes de publicación
397, p. 15 = número de edición y página

Revisa el histórico de todos los estudios de calidad realizados desde 1976 en **consumidor.gob.mx** o en el Centro de Documentación (Cedoc) ubicado en Av. José Vasconcelos número 208, planta baja, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, en México DF.

Ésta es tu voz

¿Tienes alguna duda, sugerencias, aclaraciones o experiencias de consumo que quieras compartirnos? No te las guardes. Éste es tu espacio de expresión. Escríbenos por correo electrónico a **rconsumidor@profeco.gob.mx** o a nuestras oficinas ubicadas en Av. José Vasconcelos 208, séptimo piso, colonia Condesa, CP 06140 en el Distrito Federal. También puedes contactarnos a través de Twitter en la cuenta **@r_consumidor** o publicando en nuestro perfil de Facebook **Consumidor Inteligente.** ¡No te calles, ésta es tu voz!

La luz al final del túnel

Señores: La empresa de televisión por cable Cablecom, en la ciudad de Querétaro, continuamente interrumpe la programación regular para encimar comerciales. Lo anterior no significa que Cablecom espere a las pausas estipuladas para publicidad, sino que, a la transmisión regular del canal Universal Channel, le proyectan encima comerciales locales. Lo hacen todos los días. Me he quejado y no he obtenido respuesta. Cablecom está incumpliendo el contrato celebrado con todos sus suscriptores con absoluta impunidad. ¿Qué puedo hacer? ¡Ya basta!

José Antonio Abad

Consumidor Inteligente

Lamentablemente, hasta ahora no existen, en los contratos de empresas proveedoras de servicios de telecomunicación, cláusulas que protejan a los consumidores de éstas y otras prácticas abusivas. Sin embargo, esto puede cambiar.

El 4 de abril de 2012 fue publicado, en el Diario Oficial de la Federación, un proyecto de Norma Oficial Mexicana, el cual busca regular los contratos de prestadores de servicios de telefonía móvil, fija, televisión de paga, internet, y todos los demás servicios relacionados con las telecomunicaciones.

Con el *PROY-NOM-184-SCFI-2011. Prácticas comerciales – Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones*, se busca que los consumidores tengan información clara y suficiente sobre los servicios a contratar. También tiene como objetivo establecer los requisitos mínimos que deben contener los contratos, evitando la existencia de cláusulas abusivas.

En este proyecto de Norma Oficial Mexicana se contempla –entre otros puntos– que:

- Los proveedores deberán registrar ante **Profeco** los contratos de adhesión que utilicen.
- No se podrán modificar los términos y condiciones establecidos en el contrato.
- Los consumidores deberán recibir atención, de manera gratuita, las 24 horas, todos los días del año.
- El proveedor sólo podrá cobrar los servicios contratados de manera expresa. No podrá cobrar ningún servicio no solicitado.
- En los casos en que opere un plazo forzoso, el proveedor deberá justificar los motivos por los cuales se sujeta a dicho plazo, así como informar al consumidor de las consecuencias de hacerlo.
- El proveedor está obligado a informar al consumidor, con 30 días de anticipación, el término del plazo forzoso.
- Será posible cancelar sin responsabilidad cuando el servicio no se preste o proporcione en los términos contratados, convenidos o publicitados.
- Se podrá cancelar el servicio sin mayores requisitos que los establecidos en el contrato, y por el mismo medio en que se contrató.
- El consumidor tendrá derecho a que se le bonifique al menos el 20% del monto del periodo de facturación, cuando los servicios no se presten en forma y términos convenidos.

Si deseas saber más sobre este proyecto de NOM, entra a **consumidor.gob.mx** donde podrás descargar el documento oficial y enterarte del procedimiento que se está siguiendo. Ten por seguro que nosotros seguiremos informando sobre éste y otros temas.

¡No agarren el agua!

Tengo dudas para elegir el tipo de calentador que nos conviene, ¿podrían ayudarme? Me están ofreciendo un calentador de paso instantáneo marca Resel, con capacidad de 4 litros. Mi duda es, ¿cómo estar segura del abastecimiento de agua caliente que cada modelo puede proporcionarme? ¿Cómo saber con cuál podré, al mismo tiempo, usar dos regaderas sin que a una se le acabe el agua, o utilizar una y poder lavar los trastes?

Silvia

Silvia, en tu caso, un calentador de paso instantáneo no es la mejor opción.

En nuestro número 417, publicado en noviembre de 2011, el Laboratorio Profeco analizó la calidad de 33 calentadores de 17 marcas distintas comercializadas en todo el país. En el estudio se puntualizó que, para satisfacer necesidades de consumo como las tuyas, lo más recomendable es un calentador de depósito.

Los calentadores de paso tipo instantáneo son recomendables para climas templados y cálidos. Son ligeros, compactos y, también, los que menos gas consumen. Sin embargo, requieren de presión y un flujo de agua mínimo, además de no ser compatibles con llaves de agua de tipo monomando. Por ello, es muy probable que si alguien se está bañando, y tú empiezas a lavar platos, el calentador se apague por la reducción del flujo de agua caliente.

Los calentadores de depósito, por su parte, ocupan más espacio y consumen una cantidad considerable de gas cuando son dejados en piloto, pero no necesitan una presión o flujo mínimo de agua. Así, aunque tú laves trastes, el agua seguirá saliendo caliente y "la dicha será mucha en la ducha".

Te invitamos a visitar la página **consumidor.gob.mx**, donde podrás revisar el histórico de todos los estudios de calidad publicados en la **Revista del Consumidor** desde 1976.

Pláticas de insomnes

@FRANCISCOERIK: ¡Ayuda, **@profeco**! A diario hablan a mi casa desde un banco, preguntando por una persona que ni siquiera conozco. ¿Cómo o quién puede ayudarme a que dejen de molestar?

@L1N4SaNToS: @FRANCISCOERIK @profeco A mí me pasa lo mismo. Apenas tengo un año con la línea, pero me canso de decirles que no conozco a esa persona.

@FRANCISCOERIK: @L1N4SaNToS @profeco Sí, parece que se están burlando de nosotros. A mí me han hablado a las 6.30. ¡He estado a punto de decirles &%(/!

@L1N4SaNToS: @FRANCISCOERIK @profeco Y en domingo, que es lo peor. Todavía fuera entre semana...

@FRANCISCOERIK: @L1N4SaNToS @profeco Al menos te sirven de despertador, jejeje (pero no es gracioso). ¡Espero que **Profeco** nos dé una solución! :)

@Profeco: Dicen que "el que a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija". Por tratarse de un problema con instituciones bancarias –y, por lo tanto, fuera de nuestra competencia–, decidimos consultar a Condusef.

En su centro de atención telefónica nos orientaron sobre qué hacer en esta clase de situaciones, conocidas legalmente como "malas prácticas de cobranza", y en las que se viola el Código de Ética de las Obligaciones para con los Deudores y Público General, suscrito por instituciones bancarias y empresas cobradoras.

En él se especifica –entre otras cosas– que las instituciones y empresas, al comunicarse contigo, deben identificarse a cabalidad, explicar la situación, proporcionarte tu saldo y estar abiertas a negociar la deuda. En caso de llegar a un acuerdo, debe ser entregado un convenio que ambas partes firmen antes de realizar cualquier pago.

Ahora, tanto instituciones como empresas de cobranza no deben hablarte con lenguaje agresivo o amenazarte; tampoco hacerse pasar por autoridades judiciales, ya sea con actitudes, vocabulario o papelería que se preste al engaño. No deben comunicarse con menores ni con personas de la tercera edad, ni ponerse en contacto contigo entre las 23.00 y las 6.00.

No importa si eres un deudor o, como en los casos de @FRANCISCOERIK y de @L1N4SaNToS, te están confundiendo con alguien más: estás en tu derecho de denunciar esta conducta impropia y pedir que se termine. Marca al 534 0099 desde el DF y Zona Metropolitana, o al 01800 999 8080 desde el resto del país, y pide al asesor telefónico que te ayude a poner tu queja.

Necesitarás saber cuál es el tipo de producto financiero que reclaman (si es el pago de una tarjeta de crédito, una hipoteca, etcétera), así como el número de cuenta. También puedes hacerlo en **condusef.org.mx** a través de su sección "Dudas o problemas con...". Ambas vías son igualmente eficientes y te pedirán la misma información. Así que no pierdas tiempo haciendo corajes y denúncialos. ¡Es tu derecho!

Atención Las cartas que envíes a la **Revista del Consumidor** implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas. Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI). Muy importante: no olvides incluir tu nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto contigo.

Esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La **Revista del Consumidor** no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria con el objetivo de que, a través de las instituciones correspondientes, se resuelvan los conflictos que enfrenten con prestadores de servicios.

ASÍ FUNCIONA Conciliatnet®

¿Te sobran ganas, pero te falta tiempo para levantar una queja ante **Profeco**? Estás de suerte: ahora es posible solucionar conflictos con proveedores que vulneran tus derechos sin tener que poner un pie en una delegación, hacer filas o gastar un solo papel. Se trata, ni más ni menos, de la conciliación 100% en línea.

¿Qué es un procedimiento conciliatorio?

Se descompone un microondas que compraste hace apenas un par de meses. Como aún está amparado por la garantía, lo llevas a arreglar a la tienda donde lo compraste. Sin embargo, al entregártelo, el proveedor te hace un cobro "extra" y, como ya te urge tener tu aparato de regreso, lo pagas. ¡Qué coraje!

Además de "derramar bilis", hay algo más que puedes hacer: acudir a **Profeco** para presentar una queja. Así iniciarás un proceso de conciliación, donde tú y el proveedor buscarán llegar a un acuerdo para evitar tener que llevar tu caso hasta los juzgados.

Bienvenido a la era electrónica

El proceso normal de una conciliación inicia cuando se interpone la queja. Acudes a una delegación **Profeco** y te pedirán que presentes documentos que prueben el hecho que consideras violatorio. Inmediatamente después se busca al proveedor para notificarlo de tu queja. Y así empieza un procedimiento en el que, mediante audiencias y diálogo entre los involucrados, se busca llegar a una solución consensuada entre consumidor y proveedor. Este proceso, que hace cuatro años sólo se podía realizar de forma presencial, toma alrededor de 70 días.

Ahora, con Concilianet se puede realizar todo en línea desde tu casa, sin necesidad de ir a una delegación **Profeco**. Puedes presentar tu queja desde cualquier computadora con acceso a internet, las 24 horas, cualquier día de la semana. En Concilianet presentas la queja, los documentos necesarios para acreditarla, se llevan a cabo las audiencias y la presentación de los acuerdos. Todo de manera electrónica, sin un papel de por medio, así ha podido reducirse el tiempo del procedimiento a 24 días en promedio.

Aquí te mostramos lo sencillo que es utilizarlo. Solamente cerciórate de que el proveedor contra el que presentarás la queja sea uno de los que ya concilian en línea. Actualmente son 59 y la lista sigue creciendo.

¿Por dónde se empieza?

Ya comprobaste que el proveedor concilia en línea. ¿Y ahora? Ingresa a la página de **concilianet.profeco.gob.mx** Se te pedirá que crees tu usuario para iniciar sesión y construir tu expediente electrónico. Guarda bien ese nombre de usuario y contraseña, sólo con ellos podrás ingresar en sesiones posteriores.

Tus datos están a salvo

Profeco protege los datos personales que sean proporcionados por consumidores y proveedores, conforme a los Lineamientos para la Protección de Datos Personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

Porcentaje de conciliación

Desde el 3 de junio de 2008 que fue creado, Concilianet ha logrado recuperar $ 14 077 644 en 3 631 quejas hasta el 30 de mayo de 2012.

Esto significa que se han conciliado 95.52% de las quejas presentadas desde entonces, en un tiempo mucho más corto y sin que los consumidores acudan físicamente a alguna delegación.

Queja y denuncia, no son lo mismo

Es importante no confundirlas. Mientras la primera es una herramienta legal para resolver un desacuerdo entre tú y algún proveedor, la segunda es un mecanismo para denunciar ante **Profeco** a aquellos proveedores que están contraviniendo la ley pero que a ti, como persona, no han afectado.

2

Llenar aquí...

Aparecerá una pantalla con campos que deberás llenar para registrar tu queja, como tu nombre, el del proveedor, el producto o servicio, y el motivo de la reclamación. También te pedirán una breve descripción de la reclamación. De igual forma, en otra pantalla debes anexar digitalmente, en un formato adecuado, los documentos que prueben tanto la operación comercial como el incumplimiento del proveedor: tu credencial de elector o identificación oficial, tu factura, garantía (de ser el caso) o algún informe que pruebe el servicio o compra.

Siguiendo la pista

Ya registraste tu queja y se le asignó un número de ecxpediente, lo cual se te avisa mediante un correo electrónico. A partir de ese momento, cada paso del procedimiento se registra en la ventana Cronología. Es decir, cuando tú quieras ver en qué va el proceso, accedes con tu nombre de usuario y puedes consultarlo, pues cada acción tanto tuya, como del proveedor o de **Profeco**, deja su "huella" en ese apartado.

3

Punto de encuentro

Una vez que proporcionaste la información solicitada, se creará tu expediente electrónico. En un plazo no mayor a cinco días hábiles deberás recibir un correo electrónico de parte de **Profeco**, que te indicará si la queja es procedente, y el día y la hora en que se llevará a cabo la audiencia de conciliación. De no recibirlo, puedes escribir a **contactoconcilianet@profeco.gob.mx**

Esta audiencia es, en realidad, un chat, en el que se "dan cita" el consumidor que reclama, el proveedor y un conciliador de **Profeco**, para discutir la reclamación y llegar a un acuerdo que satisfaga a ambas partes.

Sin papel

Es muy importante que, en este paso, cuentes con los documentos en los que fundamentes tu queja o pruebes tu dicho, en formato electrónico y en tamaño no mayor a 1 MB. Los formatos electrónicos que debes utilizar son: doc, jpg, jpeg, gif, pdf o tiff.

4

Fin del proceso

El objetivo de este procedimiento es, al final de cuentas, un acuerdo que resuelva de manera satisfactoria la queja del consumidor: la devolución de cierto monto, la reposición del producto, entre otros. Esto puede suceder en la primera audiencia, que es lo óptimo, pero si no se logra, puede haber hasta tres más de ellas.

Evaluación

Por fin se logró un acuerdo que satisface a ambos. Pero no te vayas tan rápido. Como nos interesa seguir mejorando el servicio, tómate unos minutos para contestar las preguntas de evaluación para que nos ayudes a servir a más consumidores como tú.

Empresas que concilian en línea

- Aeroméxico
- Acros
- American Airlines
- Andrea
- Auto Gran Crédito Famsa
- Aviateca
- Bodega Aurrera
- Bodega Aurrera Express
- Bradescard
- CFE
- Club Inntegra
- Copa Airlines
- COPPEL
- Deremate.com
- Dorians
- El Portón
- ETN
- Fábricas de Francia
- Famsa
- Gas Natural de México
- Grupo Geo
- Grupo Metropolitano
- HP
- Hypercable
- KitchenAid
- LAN
- Lacsa
- Liverpool
- LG México
- Mabe
- Mas Tv
- MAXCOM
- MaxiGas Natural
- Maytag
- Mercado Libre
- Mi Bodega
- Mixup
- Nextel
- Office Depot
- Presidente Club de Viajes
- Redpack
- Sadasi
- Saks
- Sanborn's
- Sears
- Suburbia
- Superama
- Sam's Club
- Taca
- TacaPerú
- Telcel
- Telecable
- Total Play
- Vips
- VivaAerobus
- Viveica
- Volaris
- Walmart
- Whirlpool

Gráficos: Bruno Piña

No respetan tu garantía

¿Sabes en qué consisten las garantías? Entérate de sus pormenores y descubre si los proveedores violan tus derechos como consumidor al no respetarlas.

Antes de adquirir un bien o servicio, ¿te fijas en la garantía? A veces, cuando comparamos modelos u ofertas, nos enfocamos más en el precio de la etiqueta que en características del producto, que pueden terminar por "inflar" su costo real cuando se descompone o rompe. Uno de esos factores es la garantía.

Contrario a lo que muchos piensan, no se trata de un "juramento" o "promesa" de que el bien o servicio nunca fallará. Tampoco es un "plus" que nos ofrezcan y que, por ende, nos puedan retirar. No. Se trata de un acuerdo puesto por escrito –la famosa póliza– donde un proveedor se compromete a reparar o reponer el bien o servicio sin costo extra alguno durante un periodo mínimo de seis meses (Art. 77 y 78 de la LFPC).

Cualquier proveedor que falte a este acuerdo está afectando nuestros derechos como consumidores. Y la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) está de nuestro lado. En el "Capítulo IX. De las garantías", se pone el asunto en términos claros. He aquí un resumen con todo lo que debes saber:

- **Papelito habla:** toda garantía debe estar puesta por escrito. Debe detallar su alcance, duración, condiciones y mecanismos para hacerla válida. También incluirá al menos un domicilio para dirigir los reclamos. Este documento debe entregarse al momento de recibir el bien o servicio (Art. 78 LFPC).
- **Sin pretextos:** la garantía puede ser exigida tanto al proveedor como al productor o al importador. Tenemos derecho a que sea cumplida en el lugar que señale el documento o donde hayamos adquirido el artículo. En caso de hacer un gasto necesario para cumplir la garantía (como transportar el refrigerador al taller, por ejemplo), correrá por cuenta del proveedor siempre y cuando se realice en un lugar distinto de donde fue adquirido o a los lugares señalados en la póliza (Art. 79 LFPC)
- **Borrón y cuenta nueva:** como ya se dijo antes, ninguna garantía podrá ser menor a 60 días. Sin embargo, el tiempo que duren las reparaciones efectuadas al amparo de la garantía no cuentan dentro de la misma. De igual forma, cuando el artículo no se repare y sea repuesto por otro, se reiniciará el periodo (Art. 83 LFCP).
- **Una y mil veces:** cuando, a pesar de haber sido reparado, el producto sigue presentando deficiencias imputables al productor, tenemos hasta 30 días naturales para exigir que se repare de nuevo. Así, hasta que quede bien (Art. 81 LFPC).

Recuerda que, como consumidor, al encontrar algún "vicio oculto" o falla –y que no se deba a un mal uso– puedes pedir la restitución del bien o servicio o que te sea devuelto el precio pagado por el objeto (Art. 82 LFPC). Cuando un proveedor se niegue a cumplir con alguno de estos puntos, comunícate al **Teléfono del Consumidor**, donde podrás iniciar un proceso de queja y hacer valer la ley.

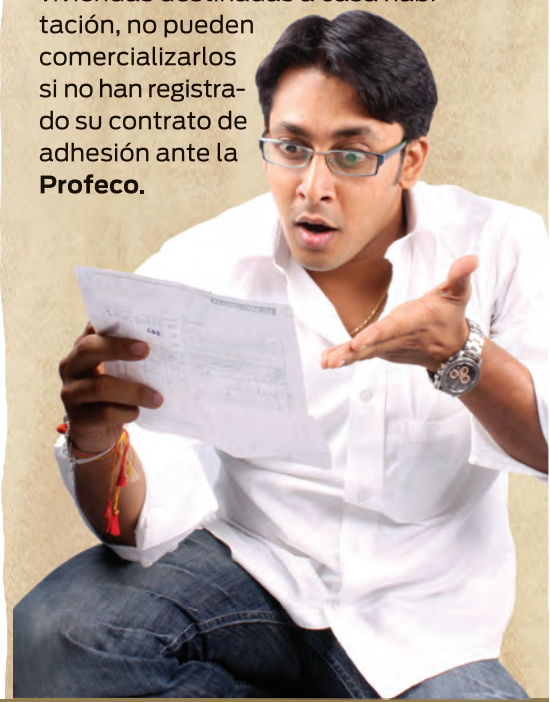
¿Aplica en las casas nuevas?

En todo bien inmueble cuya transacción está regulada por la LFPC, deberá ofrecerse al consumidor una garantía que no podrá ser inferior a:

- **Cinco años para cuestiones estructurales**
- **Tres para impermeabilización**
- **Uno para los demás elementos**

Mientras dure la garantía, el proveedor tendrá la obligación de realizar, sin costo alguno, cualquier reparación de los defectos o fallas presentados en el inmueble.

Por ello, los proveedores, fraccionadores, constructores, promotores y demás personas que intervengan en la asesoría y venta al público de viviendas destinadas a casa habitación, no pueden comercializarlos si no han registrado su contrato de adhesión ante la **Profeco.**



Para consultar la Ley Federal de Protección al Consumidor en línea, entra al Portal del Consumidor en **consumidor.gob.mx** ¡Conocer la ley, también es tu derecho!

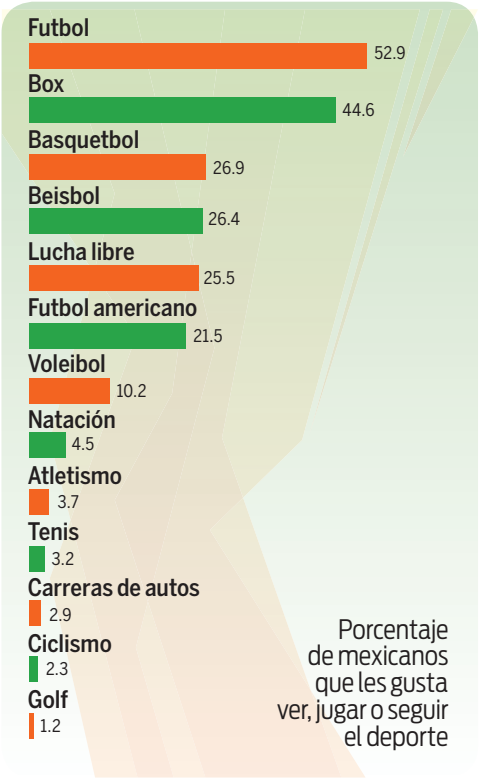
Afición mexicana ¿Qué deporte enciende tu pasión?

Es una de las principales fuentes de entretenimiento social y uno de los pocos productos culturales que tienen consumidores tan fieles. Sin embargo, no todos los deportes gozan de la misma popularidad.

El deporte es parte importante de nuestra sociedad y cultura. La predilección del público varía según distintos factores, como exposición en los medios, la cercanía con la afición, o la existencia de ídolos o figuras destacadas. Las encuestas aseguran que a la mitad de los mexicanos nos gusta seguirlos pero, ¿cuáles son los favoritos?

En la mayor parte del mundo, el futbol es, por mucho, el deporte con mayor afición. Según encuestas de Mitofsky de 2011 y 2012 sobre el tema, más de la mitad de los mexicanos es aficionada al futbol, y esto siempre aumenta en un 10% o más en los años de Copa del Mundo. Justo detrás está el box, cuyo número de seguidores se ha incrementado en los últimos cuatro años, pasando del cuarto al segundo lugar; seguido por el beisbol, el baloncesto, la lucha libre y el futbol americano. El golf, que hace poco estaba entre los consentidos, cayó estrepitosamente debido a la ausencia de figuras nacionales.

De cada 10 aficionados al deporte en México, solamente tres son mujeres; y por región, la mayor concentración de aficionados al futbol se localiza en el centro del país, siendo el norte la menos numerosa. Los aficionados norteños se inclinan más por el beisbol y el baloncesto. Este último, con 7 millones de aficionados, también mostró ser el predilecto de personas de mayor edad, además de ser un gusto casi siempre heredado.



Fuente: Mitofsky 2012 y 2011.

A nivel local

En las grandes ciudades, los aficionados de los principales equipos abarrotan los estadios. No obstante, la afición local a los equipos de futbol, beisbol y baloncesto, en ciudades más pequeñas, llega a ser más fuerte y de mayor fidelidad, debido a la relación personal con el equipo y sus jugadores, que invitan a todos sus parientes, vecinos, amigos y compañeros de escuela a cada uno de sus partidos, por lo que hay mayor identificación.

¿Y la práctica?

El deporte es fundamental para el desarrollo de una sociedad: promueve la salud, ayuda a prevenir las adicciones, es una fuente infalible de divertimiento y recreación, estimula la identidad familiar y nacional, y brinda a las personas una mayor capacidad física y mental. En México, desafortunadamente, aún carecemos de una cultura deportiva integral, pues la mayoría de la población no lo incorpora a sus actividades diarias, ya que **42.2%** de la población no realiza ninguna actividad física.

Los que sí:

20.5% hace caminata como actividad física, no como deporte
15% practica futbol
5% acude a un gimnasio
4.2% juega baloncesto

El resto se ejercita –en orden decreciente– con atletismo, voleibol, danza, *jogging* (correr), *fitness* (yoga, pilates, zumba, etcétera), ciclismo, natación, beisbol, deportes de contacto (artes marciales, box y lucha libre).

(**Fuente:** IMO)

Entrevista:
· Hussein Forzán, director general de Publimarketing.

Fuentes:
· Consulta Mitofsky. (2012). Encuesta 2012. La afición al futbol soccer en México. En http://consulta.mx/web/images/mexicoopinapdf/20120131_NA_futbolaficion.pdf (Consultado el 7 de junio de 2012).
· Consulta Mitofsky. (2011). Encuesta 2011. México: Los deportes con más afición. En http://consulta.mx/web/images/mexicoopinapdf/20070322_NA_DeportesBeisbol.pdf (Consultado el 7 de junio de 2012).
· Instituto Mexicano de Estadística (IMO). (2009). Encuesta nacional domiciliaria sobre deporte y tiempo libre. En http://www.imocorp.com.mx/Inicio/Estudios/06-08/_IMO_06-08.pdf (Consultado el 7 de junio de 2012).

¿UN AVIÓN "HECHO EN MÉXICO"?

Hasta hace un par de décadas, la sola idea de un avión "hecho en México" parecía ciencia ficción. Sin embargo, de acuerdo con el investigador de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Puebla, Huberto Juárez Núñez, "hoy en día es posible pensar en el ensamble completo de un avión mexicano en un plazo no remoto", gracias al desarrollo que ha tenido la industria aeroespacial en nuestro país. Las cifras no dejan lugar a dudas: mientras que entre 2004 y 2006 el número de empleados en este ramo apenas aumentó de 10 mil a 10 mil 500, de 2007 a 2008 creció en 136%, pasando de los 11 mil a los 26 mil trabajadores. Actualmente, se estima que esta industria da trabajo a 35 mil personas en más de 200 fábricas, convirtiéndonos en una opción viable para la "inversión extranjera directa para la industria aeroespacial". No obstante, es un asunto que vale la pena pensar dos veces pues, según Juárez Núñez, "como país estamos involucrados en una industria que produce parte de productos estratégicos para las potencias económicas y militares, y tenemos los riesgos de ser anfitriones de entidades como las Redes Internacionales de Producción, que han mostrado ser ajenas a los intereses nacionales".

Fuente: Poblanerías

LA GRAN MANZANA, LIBRE DE AZÚCAR

La creciente epidemia de obesidad y sobrepeso se ha convertido en una de las principales batallas de los gobiernos. Sólo en la ciudad de Nueva York, 58% de los adultos y casi 40% de los niños inscritos en el sistema de educación pública padecen estos males. Con dichas cifras "de peso" en mano, el alcalde de la Gran Manzana, Michael Bloomberg, ha propuesto prohibir la venta de bebidas azucaradas en tamaños de vaso "extragrandes" en restaurantes, delis, cafeterías, cines, y hasta en puestos ambulantes. La medida busca reducir el consumo desproporcionado de "golosinas líquidas", como el refresco, los jugos de fruta o las malteadas.

Fuente: Reuters

EL TITÁN DEL SUR PROTEGE A SUS CONSUMIDORES

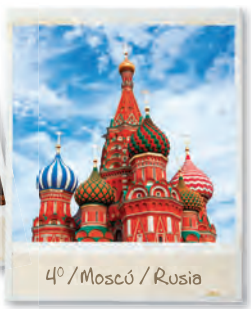
Brasil se ha convertido en un modelo para las naciones en vías de desarrollo. No sólo por sus innovadoras políticas en el orden social y ecológico, también por las aplicadas en el campo de la economía. Entre estas últimas se cuenta la transformación del Departamento de Protección al Consumidor del Ministerio de Justicia en la Secretaría Nacional de Consumo. Este nuevo organismo del gobierno brasileño tiene como objetivo equilibrar las relaciones de consumo pues, como indica el Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor: "Incluimos millones de brasileños en el mercado de consumo, pero el equilibrio en las relaciones de consumo es esencial para que el crecimiento sea sustentable".

Fuente: Consumers International

TOP 10

CIUDADES MÁS CARAS DEL MUNDO

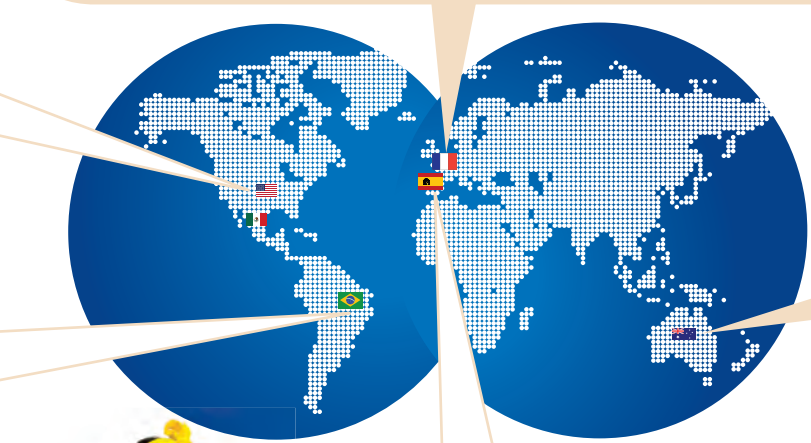
Imagina cuánto pagarías por una vida similar a la que llevas en alguna de estas metrópolis, consideradas por Mercer como las más costosas del mundo . La firma de consultoría y recursos humanos realiza esta encuesta año con año, cubre 214 ciudades y compara costos de más de 200 rubros, incluyendo transporte, alimentos, ropa, entretenimiento, entre otros.



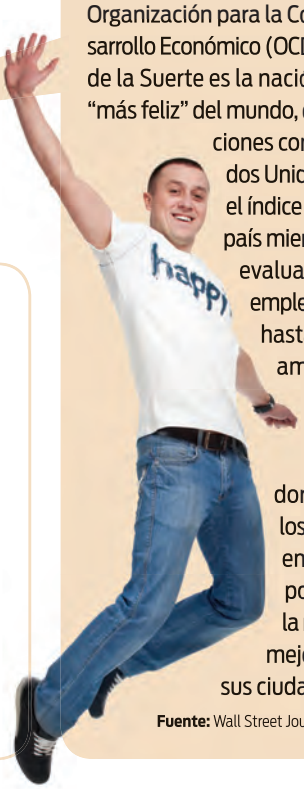
SIN DECIR "AGUA VA"

El consumo humano de organismos modificados genéticamente (OMG) –también conocidos como transgénicos– continúa polarizando las opiniones. Por un lado, los detractores advierten de los cambios al ecosistema y las reacciones adversas que podrían causar; por el otro, sus defensores los proponen como la "solución a la crisis alimentaria". Sin embargo, mientras se alcanza un acuerdo sobre su pertinencia o no, es muy probable que estemos ingiriéndolos sin saberlo. De acuerdo con la organización internacional World Wildlife Fund For Nature (WWF), tan sólo una quinta parte del ganado francés se alimenta con soja natural, es decir, que su carne está 100% libre de organismos modificados genéticamente. ¿Y lo peor de todo? Que los consumidores no tienen forma de saber si su carne contiene o no los dichosos OMG que cuatro quintas partes del ganado francés consumen a diario.

Fuente: Le Monde



LA FORTUNA SONRÍE PARA EL PAÍS DE LA SUERTE



Australia es mucho más que canguros y koalas. Según un estudio realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el llamado País de la Suerte es la nación industrializada "más feliz" del mundo, dejando atrás a naciones como Noruega y Estados Unidos. Para determinar el índice de felicidad de cada país miembro de la OCDE, se evaluaron criterios como empleo, ingresos, salud, y hasta calidad del medio ambiente. Y, aunque esta organización internacional no propone un ganador, Australia obtuvo los puntajes más altos en todos los rubros, posicionándose como la nación que ofrece un mejor estilo de vida para sus ciudadanos.

Fuente: Wall Street Journal

HASTA EN LAS MEJORES FAMILIAS...

Recurrir a la publicidad engañosa para posicionar "productos milagro" se ha convertido en una tendencia "hasta en las mejores familias"... de marcas. Tal es el caso de los tenis "adelgazantes" de las marcas Reebok y Skechers, los cuales, no conformes con prometerte "ayudar a perder peso y reafirmar los glúteos", también declaran ayudar a reducir "el dolor lumbar y de espalda". A pesar de la condena de asociaciones españolas de consumidores, no se ha logrado retirar su publicidad. ¿La razón? Tras ser multadas en Estados Unidos por 18 y 31 millones de dólares, respectivamente, su publicidad ha cambiado sólo un poco. Ahora ambas empresas promocionan estos productos sin utilizar "afirmaciones categóricas". En vez de decir que los tenis "adelgazan", anuncian que "ayudan a adelgazar", logrando así "salirse con la suya" a través de grietas legales.

Fuente: El País

Fuente: The Telegraph

Veracruz

Encanto jarocho: magia, música, sabor e historia

En un país tan diverso como el nuestro, la de Veracruz es una de las identidades más definidas. Un pueblo que se reconoce por la alegría de su carnaval, el ritmo de su música, el sazón de sus platillos y la efervescencia de su cultura, además de los importantes acontecimientos de los que ha sido escenario. En estas tierras se desarrolló la primera civilización de Mesoamérica: los olmecas; a sus playas arribaron los primeros conquistadores; y una de sus comunidades fue la pionera en toda América en abolir la esclavitud.

Con la música por dentro

Es, sin duda, el estado más guapachoso de México; y para muestra, su música, riquísimo legado de la mezcla de culturas prehispánica, europea y africana.

El sonido de la jarana es característico del son jarocho y del huapango o son huasteco –el cual se comparte con los estados vecinos del norte, pero en Veracruz adquiere características propias. Pero, cuidado, no hay que confundirlos: en el son huasteco se utiliza el violín y la jarana; mientras que para el son jarocho se toca el arpa, el requinto, y una o varias jaranas que se designan con diferentes nombres de acuerdo con su resonancia (chaquiste, jarana primera, segunda, tercera).

Además, sin pertenecer al mar Caribe, culturalmente forma parte importante de él, ya que en Veracruz se toca, se canta, se baila y se compone música caribeña. El danzón y el bolero, principalmente, pero también la salsa y la rumba, se desarrollaron en México gracias al intercambio veracruzano con las islas antillanas, especialmente con Cuba. Y, por si fuera poco, este estado fue la cuna de uno de los más grandes e inolvidables compositores mexicanos: Agustín Lara, "El Flaco de Oro".

Encuentra tu delegación Profeco en Veracruz
en Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz.
Tel. 100 3894.

"La tercera raíz"

Poco se habla de la presencia africana en nuestro país; no obstante, se trata de nuestra "tercera raíz". Aunque los negros se esparcieron por todo el territorio nacional, desvaneciéndose en el mestizaje racial y cultural, Veracruz es, sin duda, uno de los estados donde esta presencia ancestral es todavía muy visible.

¿Sabías que el primer pueblo en liberarse del yugo de la Nueva España está en este estado? Se trata de un pequeño poblado llamado Yanga, cuyo nombre fue adoptado en honor a su caudillo Gaspar Yanga, un esclavo negro fugitivo, quien tras 30 años de encarnizada lucha contra el régimen colonial, en 1609 logró que se le concediera la libertad, a él y a su gente, así como un territorio en las cercanías de Orizaba para asentarse.

¿De dónde viene lo "jarocho"?

Este vocablo está formado por la voz musulmana *jaro*, empleada en España, que significa puerco montés, y el despectivo "cho". Originalmente se usaba para nombrar a los que vivían fuera de las murallas de la ciudad, que se encargaban de cuidar de los puercos y las caballerizas. Con el tiempo se ha perdido el sentido peyorativo de la palabra y hoy es símbolo de orgullo e identidad.

Rinconcito donde hacen su nido las olas del mar

En este estado hay una gran variedad de destinos que visitar, empezando por el alegre e imponente puerto jarocho, con sus edificios históricos que se complementan con la modernidad de Boca del Río; la capital, Xalapa, una ciudad de inigualable belleza con una vibrante vida cultural; Papantla, adonde pertenece la zona arqueológica de Tajín y, por supuesto, sus famosos voladores; Tlacotalpan, en la Riviera del Papaloapan, declarada en 1998 Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, lugar de origen de la identidad jarocha; Naolinco y Misantla, nombradas "Joyas de Veracruz" por la conservación de sus tradiciones y paisajes; las hermosas playas de Cazones de Herrera; Catemaco, capital de los brujos; así como muchos otros municipios no menos bellos e interesantes como Tecolutla, Tuxpan, Córdoba, Orizaba, La Antigua, Jalcomulco, San Andrés Tuxtla y Coatzacoalcos.

Tajín y la cumbre

Al norte del estado, en medio del verde paisaje de la Sierra Pananteca, se erige la zona arqueológica de Tajín, "Ciudad o Lugar del Trueno" en lenguaje totonaca. Fue un importante centro político y religioso de la región del golfo fundado en el siglo IV d. C., y cuyo auge se dio entre los años 800 y 1200 d. C.

Gracias al gran impulso que se ha dado al lugar, se construyó el parque temático Takilhsukut, ubicado a un kilómetro de la zona arqueológica, donde cada año se realiza la Cumbre Tajín, uno de los cinco festivales más importantes de México. Propone un turismo sustentable, cultural e integral –espiritual, gastronómico, de aventura, histórico, creativo y cosmogónico. En torno al equinoccio de primavera, durante cinco días se presentan cientos de actividades artísticas y culturales para públicos de todos los orígenes y edades.

Sabores de mar y tierra

Además de suculenta, la lista de platillos típicos veracruzanos es interminable. Deléitate con el huachinango, el pulpo, el chucumite, el calamar, el pato, o los camarones a la veracruzana; prueba los pambazos jalapeños, las jaibas en chilpachole, el tlatonile, el chileatole, el pámpano empapelado, los calamares rellenos en su tinta, el salpicón de mariscos, los langostinos verdes y rojos, las gorditas blancas y negras, los tamales de libro y los de cazuela, las molotas, el caldo largo de pescado, el mondongo y un sinnúmero de recetas originales de cada región del estado.

Y para el postre, déjate seducir por el exótico helado de pétalos de rosa, los garbanzos enmielados, el camote endulzado, o por las gollorías, dulces hechos con nuez y azúcar.

El sabor y el aroma del café de esta zona le ha valido su calidad de exportación; es de los mejores en el mundo entero. Y si quieres probar el más tradicional, tienes que visitar el Gran Café de la Parroquia, fundado en 1881, en el puerto de Veracruz.

Fuentes:
· Cumbre Tajín. En http://www.cumbretajin.com/acerca-de-cumbre-tajin (Consultado el 18 de mayo de 2012).
· "La música jarocha". En http://www.musicajarocha.com/presentacion/musica.html (Consultado el 18 de mayo de 2012).
· "La vainilla del totonacapan, un regalo de Veracruz al mundo". En http://www.vanillamexico.com/vahistoria.html (Consultado el 18 de mayo de 2012).
· National Museum of Mexican Art. (2009). "The african presence in Mexico. From Yanga to the Present and Who Are We Now. Roots, Resistance, and Recognition". Smithsonian: Chicago. En http://multivu.prnewswire.com/mnr/smithsonian/41436/docs/41436-AfrPre-BROCHUREnov25'09.pdf (Consultado el 18 de mayo de 2012).
· Fotos cortesía de la Secretaría de Turismo del Estado de Veracruz.

Verificación de gasolineras

Y en Veracruz... ¿Quién es Quién en las Gasolineras? Éstas son las estaciones de servicio que, hasta el 23 de mayo de 2012, no presentaron ninguna irregularidad durante la última visita de verificación que se les realizó. Encuentra toda la información que necesitas sobre el historial de cualquier gasolinera en el país en nuestra aplicación en línea, disponible en **profeco.gob.mx**

¿Tu gasolinera siempre ha dado litros de a litro?

Consulta el historial de verificaciones de tu estación de servicio de costumbre en **profeco.gob.mx**

Municipio	Estación de servicio	Domicilio
AMATLÁN DE LOS REYES	4357	KM 0.1 AUTOPISTA CÓRDOBA-VERACRUZ CRUCE CARRETERA FEDERAL
AMATLÁN DE LOS REYES	5318	CARRET. FEDERAL CÓRDOBA-VER. S/N ESQ. U. HAB. ERASMO CASTELLANOS
AMATLÁN DE LOS REYES	5974	KM 3.7 AUTOPISTA A MÉXICO TRAMO VERACRUZ-CÓRDOBA
AMATLÁN DE LOS REYES	9536	KM 9.25 CARRETERA FEDERAL CÓRDOBA-VERACRUZ
AMATLÁN DE LOS REYES	9649	KM 7.8875 CARRETERA NACIONAL CÓRDOBA-VERACRUZ
AMATLÁN DE LOS REYES	10073	BULEVAR AMATLÁN-CÓRDOBA #503
BOCA DEL RÍO	6873	AV. VIVEROS #280
COATZACOALCOS	407	AV. IGNACIO ZARAGOZA #613
COATZACOALCOS	410	PROLONGACIÓN AV. JUÁREZ ESQUINA MARIANO ABASOLO
COATZACOALCOS	2755	KM 5 CARRETERA TRANSÍSTMICA
COATZACOALCOS	2952	KM 7.5 CARRETERA TRANSÍSTMICA
COATZACOALCOS	3863	MIGUEL ÁNGEL DE QUEVEDO #1322
COATZACOALCOS	3933	KM 7 CARRETERA TRANSÍSTMICA COATZACOALCOS-MINATITLÁN
COATZACOALCOS	3995	AV. ZARAGOZA ESQUINA AQUILES SERDÁN
COATZACOALCOS	5407	KM 5.617 CARRETERA FEDERAL 180 COATZACOALCOS-VILLAHERMOSA
COATZACOALCOS	5624	CARRETERA COATZACOALCOS-VILLAHERMOSA #154
COATZACOALCOS	6079	LOTE 9 MANZANA 80 #1311
COATZACOALCOS	6763	LOTE #1 MANZANA H
COATZACOALCOS	6974	AVENIDA UNIVERSIDAD
COATZACOALCOS	7089	AVENIDA LAS PALMAS #101 NORTE
COATZACOALCOS	7380	LOTE 1
COATZACOALCOS	7967	AV. MA.DE LA RIVERA ESQUINA MALECÓN COSTERO Y AV. J. SPARK
COATZACOALCOS	8221	TRAMO 16.990 AV. UNIVERSIDAD VERACRUZANA #2015
COATZACOALCOS	8741	BULEVAR JUAN OSORIO LÓPEZ #220
COATZACOALCOS	8910	BULEVAR JUAN OSORIO LÓPEZ LOTES 29, 30, 31, 3 #424
COATZACOALCOS	10002	JUAN ESCUTIA #800
COATZACOALCOS	10361	ALAMO #500
COATZACOALCOS	10527	KM 11.240 AVENIDA UNIVERSIDAD
COATZACOALCOS	10538	VICENTE RIVA PALACIOS #1110
COATZACOALCOS	11009	MARIANO MATAMOROS #1127
CÓRDOBA	431	AV. 1 #2706 ENTRE CALLES 27 Y 29
CÓRDOBA	432	AV. UNO Y TRES #1400 ENTRE CALLES 14 Y 14 BIS
CÓRDOBA	433	AV. 11 Y CALLE 21 #1910
CÓRDOBA	436	AV. 5 Y CALLE 13 #1111
CÓRDOBA	437	AV. 11 ESQUINA CALLE 36 #3418
CÓRDOBA	4610	CALLE 10 #1305 ENTRE AVENIDAS 13 Y 15
CÓRDOBA	5183	BULEVAR A PEÑUELA Y BULEVAR OTHÓN ARRONIZ S/N
CÓRDOBA	5424	KM 290.750 AUTOPISTA CÓRDOBA-ORIZABA
CÓRDOBA	5642	KM 291 AUTOPISTA MÉXICO-VERACRUZ MARGEN NOROESTE
CÓRDOBA	6114	KM 290.500 AUTOPISTA ORIZABA-CÓRDOBA
CÓRDOBA	6762	BULEVAR CÓRDOBA-FORTÍN ESQUINA CALZADA TLACOTENGO #4117
CÓRDOBA	7240	CARRETERA CÓRDOBA-FORTÍN ESQUINA CALLE AL TEC DE MONTERREY
CÓRDOBA	8069	AVENIDA 11 ESQUINA CALLE 32 #3201
CÓRDOBA	9318	AVENIDA 9 ESQUINA CALLE 4 #400
CÓRDOBA	9372	CALLE 35 #603
CÓRDOBA	9421	DOMICILIO CONOCIDO S/N LA LUZ PALOTAL, FRACC. DE PARCELA 58 Z, A 50 METROS DEL CAMPO DE FUTBOL EL CHAPARRAL
CORDOBA	9653	CAMINO A INFONAVIT LOS CEREZOS #3210

Municipio	Estación de servicio	Domicilio
CÓRDOBA	9719	BULEVAR CÓRDOBA-PEÑUELA #7707
CÓRDOBA	10358	BULEVAR CÓRDOBA-PEÑUELA #4358
COSOLEACAQUE	5405	KM 31.891 LATERAL DERECHA AUTOPISTA NVO. TEAPA-COSOLEACAQUE
FORTÍN	440	AV. 1 ORIENTE #560
FORTÍN	7584	KM 2.1 CARRETERA FEDERAL FORTÍN-HUATUSCO
FORTÍN	8250	KM 6.15 CARRETERA FORTÍN-HUATUSCO
FORTÍN	10948	AVENIDA 1 ESQUINA CALLE NORTE 5 #300
MINATITLÁN	9960	MANUEL ÁVILA CAMACHO S/N
OMEALCA	444	AV. HIDALGO #1
OMEALCA	9227	FRACC. PREDIO RÚSTICO RANCHO NUEVO #2 S/N
ORIZABA	662	AV. ORIENTE 6 #2900
ORIZABA	663	AV. ORIENTE 6 Y SUR 23 #1246
ORIZABA	667	AV. ORIENTE 6 #228 ESQ. SUR 5
ORIZABA	2809	KM 289.680 AUTOPISTA PUEBLA-ORIZABA
ORIZABA	4008	AV. ORIENTE 31 #240 Y CALLE 4 NORTE
ORIZABA	7561	ORIENTE 6 #1743 ESQUINA SUR 33
ORIZABA	9095	AV. ORIENTE 31 #263 ENTRE NORTE 4 Y NORTE 6
ORIZABA	10850	AV. 5 #631
ORIZABA	10851	AV. PONIENTE 7 #1072-3
ORIZABA	10994	PROL. DE SUR 13 #1596 ENTRE PRIMO DE VERDAD Y TERESA PEÑAFIEL
TIERRA BLANCA	7077	IGNACIO ZARAGOZA ESQUINA MÁRTIRES DE RÍO BLANCO
VERACRUZ	1032	AV. GENERAL PRIM #244 Y 246 ESQUINA VIRGILIO URIBE
VERACRUZ	1033	AV. MIGUEL ALEMÁN #415
VERACRUZ	1034	AV. MIGUEL ALEMÁN, ENTRE BOLÍVAR Y LUZ NAVA #1456
VERACRUZ	2554	CALLE SIMÓN BOLÍVAR Y GARZÓN COSSA
VERACRUZ	2822	KM 425 CARRETERA FEDERAL MÉXICO-VERACRUZ
VERACRUZ	3514	CALLE 17 Y CARRETERA VERACRUZ-CARDEL
VERACRUZ	4872	KM 3.4 EJE 1 PROLONGACIÓN J. B. LOBOS
VERACRUZ	5144	AV. CUAUHTÉMOC #197
VERACRUZ	5756	MARIANO ARISTA #2766 ESQUINA AV. GUADALUPE
VERACRUZ	5858	KM 239.758 CARRETERA FEDERAL 180 LOTE 2
VERACRUZ	6431	BULEVAR MANUEL ÁVILA CAMACHO #3191
VERACRUZ	6545	AV. DÍAZ MIRÓN ESQUINA TENOYA #43
VERACRUZ	6817	PAPAYA #210
VERACRUZ	6849	CARRETERA VERACRUZ-XALAPA #6690
VERACRUZ	6948	LA FRAGUA ESQUINA I. DE LA LLAVE S/N
VERACRUZ	7055	CARRETERA VERACRUZ-MEDELLÍN LOTE 4 MANZANA 5
VERACRUZ	7219	CARRETERA VERACRUZ-MEDELLÍN #979
VERACRUZ	7559	PROLONGACIÓN J. B. LOBOS PARCELA 21
VERACRUZ	7717	AV. VERACRUZ #972 ESQUINA CALLE RÍO MISMALOYA
VERACRUZ	7938	FIDEL VELÁZQUEZ #140
VERACRUZ	8003	AV. CUAUHTÉMOC ESQUINA RAZ Y GUZMÁN
VERACRUZ	9282	JOAQUÍN PEREA BLANCO #550
VERACRUZ	10259	ÚRSULO GALVÁN #972
VERACRUZ	10340	FIDEL VELÁZQUEZ #338
VERACRUZ	10523	KM 5.994 CARRETERA PASO DEL TORO-SAN JULIÁN TRAMO SAN JULIÁN MARGEN IZQUIERDO
XALAPA	4683	KM 1.8 CARRETERA XALAPA-VERACRUZ PREDIO GARNICA

Las 5+ de Veracruz

Al 30 de abril de 2012, éstas eran las cinco empresas con más quejas ante la delegación **Profeco** en Veracruz y las subdelegaciones de Xalapa y Coatzacoalcos

- **Sistema de Agua y Saneamiento Metropolitano Veracruz-Boca del Río-Medellín**
- **Veracruzana de Gas, S.A. de C.V.**
- **Geo Veracruz, S.A. de C.V.**
- **Gas de Veracruz Mabarak, S.A. de C.V.**
- **Foto Contino de Veracruz, S.A. de C.V.**

Consulta a detalle esta información y la de todos los estados de la República en el Portal del Consumidor **consumidor.gob.mx**

Voladores de Papantla, tradición prehispánica

Ruinas de la casa de Hernán Cortés devoradas por la selva, en La Antigua

¿Ahorrar en tandas o Cetes?

Haz CRECER tu dinero

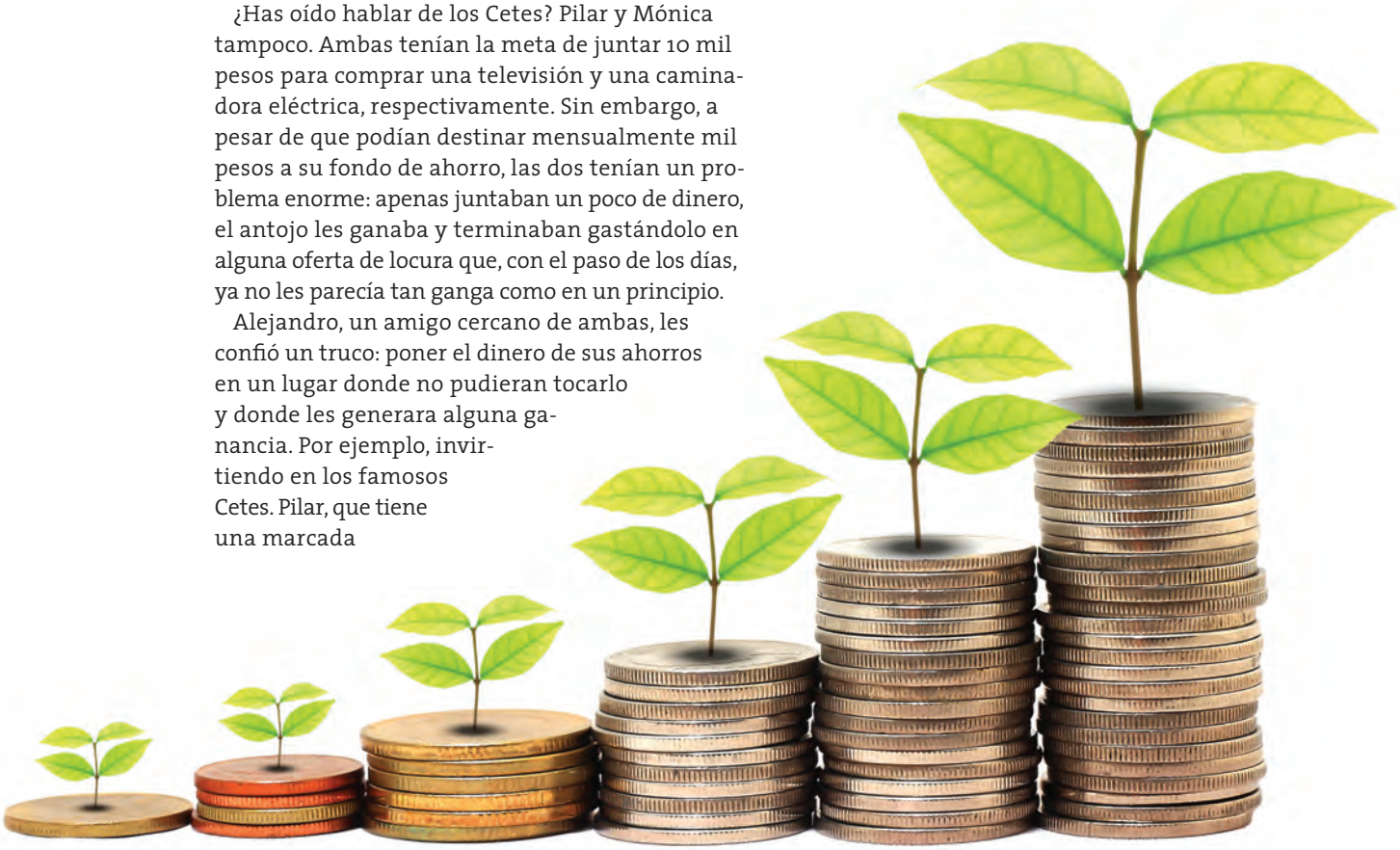
¿Piensas que es imposible ahorrar y ganar dinero al mismo tiempo? Te equivocas. Déjanos platicarte sobre los Cetes, una forma de inversión que, además de generar rendimientos, te ofrece la seguridad que otros métodos, como las tandas, no poseen.

Que tire la primera piedra quien nunca haya considerado entrar a una tanda. Se organice entre amigos, familiares o compañeros de la oficina, resulta una forma sencilla de obtener un "préstamo" para ahorrar o salir de algún apuro económico sin tener que recurrir a un organismo financiero, como un banco o una casa de empeño. Pero si lo que estás buscando es ahorrar, invertir tu dinero con un riesgo mínimo, o simplemente ponerlo en algún lugar seguro, quizá las tandas no sean tu mejor opción.

¿Has oído hablar de los Cetes? Pilar y Mónica tampoco. Ambas tenían la meta de juntar 10 mil pesos para comprar una televisión y una caminadora eléctrica, respectivamente. Sin embargo, a pesar de que podían destinar mensualmente mil pesos a su fondo de ahorro, las dos tenían un problema enorme: apenas juntaban un poco de dinero, el antojo les ganaba y terminaban gastándolo en alguna oferta de locura que, con el paso de los días, ya no les parecía tan ganga como en un principio.

Alejandro, un amigo cercano de ambas, les confió un truco: poner el dinero de sus ahorros en un lugar donde no pudieran tocarlo y donde les generara alguna ganancia. Por ejemplo, invirtiendo en los famosos Cetes. Pilar, que tiene una marcada alergia por los bancos y todo lo que requiera firmar un contrato, lo mandó a volar. Mónica, por su parte, mantuvo sus reservas. Al final de cuentas, eso de "invertir" siempre le había dado curiosidad, pero le sonaba a cosa de multimillonarios que, de la noche a la mañana, lo pierden todo en la bolsa de valores.

Impulsiva como es, Pilar decidió seguir el consejo de Alejandro a su modo, poniendo el dinero fuera de su alcance de la única manera que conocía: entrándole a una tanda.



¿Qué es una tanda de ahorro?

Se trata de una forma no institucionalizada de ahorrar; es decir, un acuerdo entre las personas donde no media autoridad o contrato alguno, sólo el compromiso "de palabra". Como seguramente ya sabes, las tandas son muy comunes entre familiares, amigos y compañeros de trabajo, pues confiar en todos los participantes es fundamental para que funcione.

Las tandas, por lo general, tienen a una persona que se encarga de organizar y llevar las cuentas. Un administrador, digamos. Su función, además de invitar o aceptar a quienes van a participar, es establecer la cantidad de dinero que se va a juntar y repartir a cada uno. Generalmente, a manera de consenso, este organizador se pone de acuerdo con los participantes pare definir cuestiones vitales, como cuánto durará el ahorro, la periodicidad de las aportaciones (por semana, quincena o mes), y el método para asignar los turnos para cobrar el dinero acumulado, que generalmente es a través de un sorteo.

Ventajas

- No se requiere firmar con una institución financiera.
- Para participar en una tanda sólo se requiere ser invitado; no adquieres compromisos legales, tampoco tienes que hacer papeleo.
- Es una forma de practicar el hábito del ahorro, ya que te comprometes a entregar la cantidad de dinero en la fecha acordada.

Desventajas

- Al no haber un contrato ni una institución que garantice la seguridad del dinero invertido, puedes perderlo. ¿Cómo? Fácil: si alguno de los participantes decide no pagar o si el encargado de guardar el dinero desaparece, no tienes a quién acudir.
- Las tandas no generan intereses, por lo que estás perdiendo el porcentaje de rendimiento que obtendrías de haber recurrido a alguna forma de ahorro con rendimientos.
- El dinero se deprecia con el tiempo debido a la inflación. Si te tocó el turno 12, toma en cuenta que, en un año, puede que en realidad recibas "menos dinero", pues si ahora puedes comprar un refresco con 10 pesos, con un aumento puede costar 12 pesos.

Ponte alerta

- Nadie regala dinero, entre mayor rendimiento ofrezcan por tus ahorros, mayor es el riesgo; por ello, ten cuidado con las operaciones que otorguen rendimientos extraordinarios, puede tratarse de un fraude.
- Siempre es importante que te informes de las alternativas que tienes. Así podrás analizar las ventajas y desventajas de cada una antes de elegir la que más convenga a tus necesidades personales y familiares.
- Recurrir al ahorro informal (tandas o cajas de ahorro no autorizadas por la CNBV) puede ser riesgoso, pues no hay garantía de que el dinero que entregues te será devuelto.
- Cuando escojas el plazo analiza tu situación personal para que selecciones el que se adecue mejor a tus necesidades.
- Si vas a entrar en una tanda, asegúrate de que todos los participantes y el organizador sean de confianza.

¿Qué son los Cetes?

Mientras Pilar le entró a la tanda, Mónica decidió investigar más sobre los Cetes. Gracias a sitios de internet y a la asesoría de Alejandro, logró tener un panorama más claro sobre esta forma de inversión. Y más o menos se resume así:

Los Certificados de Tesorería, mejor conocidos como Cetes, son títulos de crédito al portador emitidos por el gobierno federal en el mercado de dinero. Su monto, rendimiento, plazo y condiciones de colocación son determinados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); tomando en cuenta la opinión del Banco de México previamente, claro.

Obedeciendo a su alta liquidez y atractivos rendimientos (que son fácilmente convertibles en efectivo), los Cetes son muy solicitados. Como las "cuentas fijas" que te ofrecen los bancos, puedes encontrar plazos disponibles en 28, 91, 182 y 364 días. Parece complicado, ¿no? Sin embargo, comprar y vender Cetes es tan fácil como conectarse a internet.

Desde 2010 se puso en marcha el programa Cetes Directo, con el fin de incentivar el ahorro en las familias y el crecimiento económico del país, permitiéndote hacer las transacciones en línea e invirtiendo desde 100 pesos.

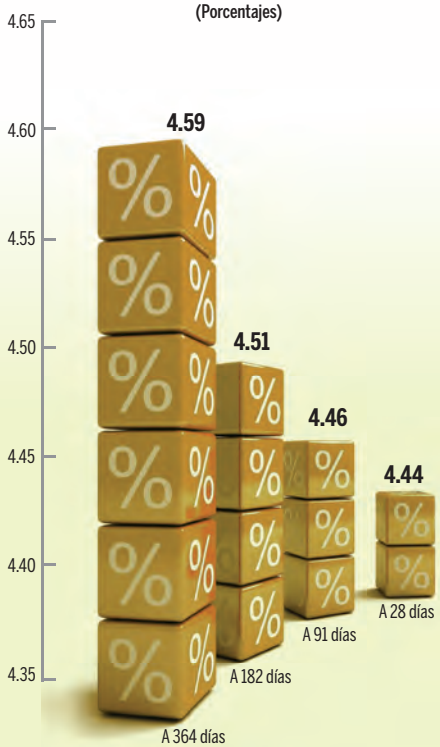
Ventajas

- Es una de las formas más seguras de invertir, pues está respaldada por el gobierno federal. (De ahí que el riesgo de no pago sea nulo y no se cobren comisiones).
- Hay diferentes plazos de vencimientos, por lo que puedes programar tus inversiones dependiendo del momento en el que necesitarás tener efectivo.
- Los rendimientos de este tipo de instrumentos suelen ser significativamente mayores a los de las cuentas de cheques y de ahorro de cualquier banco.
- A pesar de que se tiene que cumplir con un plazo forzoso para obtener el beneficio, en el caso de que requieras dinero puedes vender tu Cete antes de que llegue su cumplimiento; eso sí... sin el beneficio.
- Es cómodo, ya que puedes manejar tu cuenta desde una computadora y acceder cualquier día, a cualquier hora. También puedes consultar tu saldo o solicitar asesoría para realizar alguna operación financiera por teléfono. Incluso puedes retirar recursos y realizar otras operaciones por teléfono celular.
- Rentabilidad, pues podrás obtener los mismos rendimientos a los que acceden los grandes inversionistas en el país. De acuerdo con información del Banco de México, entre mayor plazo elijas para invertir, mayor ganancia obtendrás, como se muestra a continuación (interés anualizado):

Desventajas

- Para obtener el rendimiento, no podrás utilizar tu dinero mientras esté vigente el plazo de la inversión.
- Sólo se subastan Cetes los martes, por lo que si quieres comprar cualquier otro día de la semana, tendrás que esperar.

Tasas de rendimiento anual de Cetes para el 31 de mayo de 2012
(Porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México.

La vida te da sorpresas, sorpresas te da la vida...

Recapitulando, Pilar decidió participar en una tanda que le recomendaron, mientras que Mónica siguió el consejo de Alejandro e invirtió en Cetes. Las dos ganan y gastan aproximadamente lo mismo, de manera que sólo podían destinar mil pesos a su fondo de ahorro. Pili –que le tocó el sexto turno, de 12, en la tanda– daba esos mil pesos íntegros a una tal Margarita, la administradora. Mónica, por su parte, los invirtió para comprar Cetes.

A dos meses de emprendido el proyecto, su sistema de ahorro les funcionaba de maravilla y no se cansaban de intentar convencer a la otra de seguir sus pasos. Enfrascadas en su discusión, no se percataron de que en la acera había una rendija abierta, con la que ambas tropezaron. La revisión médica, radiografías, vendajes y medicinas les costó cerca de 2 mil pesos a cada quien.

Como sabemos, en salud no se escatima. Este accidente las obligó a adoptar las siguientes medidas:

- Pilar no pagó los mil pesos de la tanda que le correspondían. Como le hacían falta otros mil para pagar, los tomó de su tarjeta de crédito. Lo cual, como sabemos, genera intereses si no se paga a tiempo. Por no aportar en la tanda, la penalizaron recorriéndola al último lugar, dificultándole todavía más el poder pagar todo, pues pensaba utilizar el dinero de la tanda para pagar la deuda y los intereses de la tarjeta. Al final de cuentas, y por no abonar ni un quinto a su deuda, terminó pagando más del triple, sin caminadora y metida en problemas con sus compañeros de tanda.
- Debido al accidente, Mónica no invirtió sus acostumbrados mil pesos en Cetes. Además, tuvo que vender algunos de ellos para completar los 2 mil que necesitaba. No obstante, a pesar de este contratiempo, Mónica no tiene deudas y se encuentra camino a comprar su televisión en el mismo año que empezó a ahorrar en Cetes.

Entonces, aunque en apariencia similares, en conclusión no resultaron iguales.

El balance final

De estas dos amigas podemos aprender un par de lecciones para nuestras finanzas personales:

- Las tandas no siempre son la mejor opción de ahorro: si entras en una tanda y tienes un imprevisto, a pesar de tener un ahorro no tienes cómo hacerle frente, a menos que pidas prestado o que tengas otro ahorro en paralelo. También recuerda que el riesgo que enfrantas es mayor, pues si el responsable o algún participante se "hacen perdidizos", te quedarás sin parte de tu dinero y, entonces sí, adiós ahorros.
- No lo pongas a dormir bajo el colchón, hazlo crecer: si tu dinero se encuentra en Cetes, generas rendimientos mayores a los de la mayoría de cuentas de ahorro o de cheques; y tienes la flexibilidad de que, en caso de algún imprevisto, y a pesar de que sacrifiques el rendimiento, no renuncias a tu dinero. También, ahorrar en instituciones financieras o en certificados del gobierno te da la certeza de que no va a desaparecer y de que, en caso de cualquier fraude, estás protegido por distintas instancias.

¿Cómo puedo comprar Cetes?

Para adquirirlos, los requisitos son los siguientes:

- Vivir en México
- Ser mayor de 18 años
- Titularidad de una cuenta bancaria
- Clave Bancaria Estandarizada (CLABE)
- Registro Federal de Contribuyentes (RFC)
- Clave Única de Registro de Población (CURP) e Identificación

Si quieres manejar tus Cetes a través de internet, entonces deberás contar con:

- Firma Electrónica Avanzada (FIEL) que emite la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) a través del Sistema de Administración Tributaria (SAT).

La contratación de este servicio se realiza en cualquier sucursal de Bansefi o Banjército. Deberás llevar los siguientes documentos en original y copia:

- Identificación oficial (credencial de elector, pasaporte, etcétera)
- Comprobante de domicilio (recibo de luz, agua, predial, etcétera, no mayor a tres meses)
- Estado de cuenta bancario

Entra al sitio **cetesdirecto.com** o marca desde el interior de la República al 01800 238 3734 o al 5000 7999 en el Distrito Federal.

Prende el foco y cuídate de los fraudes

¿Te ha llegado un correo electrónico que te ofrece pagar tu recibo de luz con un irresistible descuento, o han tocado a tu puerta ofreciéndote pagar menos de lo que indica tu cuenta? ¡Cuidado! No caigas en su trampa, pues se trata de impostores que buscan estafarte. Entérate de los variados timos que emplean para dejarte en la oscuridad.

La electricidad es un insumo que utilizamos de manera cotidiana; todos somos usuarios de este servicio y, por lo tanto, somos consumidores de la empresa que lo suministra. Desafortunadamente, existen personas que se aprovechan de esta necesidad común y se valen de elaboradas tretas para engañar y estafar a cualquiera que les abra las puertas de su hogar o haga clic en una trampa cibernética.

La Comisión Federal de Electricidad ha detectado varias de estas prácticas, a través de las cuales personas ajenas a la empresa pretenden cometer fraudes en contra de los clientes del servicio de suministro eléctrico. Si te sucede cualquiera de estas situaciones, enciende el foco rojo, porque puedes convertirte en una víctima de estos estafadores. No caigas en la trampa:

1 Alguien acude a tu domicilio y te asegura que tienes un adeudo, proponiendo amablemente arreglarlo a cambio de una suma inferior al supuesto saldo. ¡Cuidado! Si entregas el dinero a esta persona, esos recursos no serán utilizados con los fines que te señaló, y puedes estar seguro de que tu adeudo seguirá pendiente.

2 Una persona se presenta con oficio de una supuesta oficina de CFE, inclusive portando el logo de la empresa, y te asegura haber detectado un ilícito, indicándote una multa a pagar. Él se ofrece a arreglar esa situación a cambio de un pago inmediato. Ten precaución, porque muchas veces ese ilícito no existe, y sólo buscan engañarte.

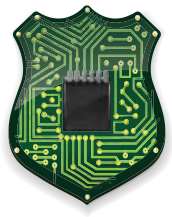
3 Te ofrecen revisar tu medidor y, por una módica cantidad, instalar un dispositivo que registre un menor consumo. Alerta, estos aparatos violan los flejes de CFE, de manera que cuando personal de la Comisión acuda a tomar lectura y detecte los sellos violados te levantará un acta, ya que esa práctica constituye un ilícito por el cual podrán multarte.

4 Ofrecen restablecerte el servicio cuando hay alguna falla y te piden

dinero para realizar los trabajos. Esto también puede generar multas, incluso, se ha detectado que estas mismas personas ocasionan las fallas.

5 Tratan de venderte una calcomanía de **Profeco** con la promesa de que, si la pegas en tu medidor, CFE ya no te cobrará el servicio. Esta calcomanía la venden a un precio de entre 5 mil y 8 mil pesos, y es totalmente falsa.

6 Si te quieren vender un medidor, argumentando que el que tienes está dañado o para que puedas acceder a un nuevo servicio que aún no has contratado, ten por seguro que es un completo engaño, pues CFE no cobra sus medidores. Estas personas suelen cobrar entre 2 mil y 8 mil pesos por medidor y no tienen más objetivo que engañarte.



CFE ha detectado 45 direcciones de internet apócrifas con esta modalidad de fraude, 47 páginas han sido desactivadas y 3 se encuentran en proceso de denuncia

7 El fraude más grave, y que se ha propagado más rápidamente, es el de la modalidad de pago en línea. Recibes un correo electrónico invitándote a pagar a través de un sitio web que simula ser de CFE, con secciones similares o idénticas a las de la página auténtica, ofreciendo un descuento en el recibo de la luz al pagar en esos sitios. Para ello te solicitan el número de cuenta de tu tarjeta de crédito o débito con el fin de clonarla. No des clic, pues no existe tal servicio.

8 Esta misma forma de fraude ya circula en Facebook. Reconócela y evítala.

Mantente alerta

1 Si detectas alguna falla, repórtala al 071, a un Centro de Atención a Clientes o a la página **www.cfe.gob.mx** y conserva el número de reporte que te proporcionen.

2 Cuando los trabajadores de CFE acudan a atender esa falla, asegúrate de que lleven el número de reporte que se te dio previamente, tu número de servicio (localizado en la parte superior derecha de tu recibo), y el nombre de a quien está dado de alta el recibo de luz. No dudes en solicitar que te muestren esos datos, es tu derecho de usuario.

3 Los trabajadores de CFE deben portar uniforme y credencial de identificación de la empresa.

4 No realices ningún pago en tu domicilio, pues los trabajadores de CFE no están autorizados para recibir dinero, en efectivo o cheque, fuera de las cajas del Centro de Atención a Clientes.

5 Ningún sello o calcomanía que pegues en tu medidor puede evitar el cobro del servicio de luz.

6 Los canales oficiales donde puedes pagar tu recibo son:
- CFEmáticos
- Sucursales bancarias
- Tiendas de autoservicio y de conveniencia autorizadas
- Pago a través de tu teléfono celular
- Pago electrónico
- Cargo automático a cuenta de cheques (domiciliación)
- Pago en línea en el portal del banco de tu preferencia
- Pago en línea por medio de la página: **www.cfe.gob.mx/casa/informacionalcliente/dondepagar/Paginas/Pagoenlinea.aspx**

7 Es importante que tengas en cuenta que CFE no hace descuentos en el pago del servicio de energía eléctrica.

8 Los servicios de revisión de medidor o factura y el restablecimiento del servicio en caso de falla no se cobran; cualquiera que te asegure lo contrario, te está engañando.

9 El pago de reconexión de servicio suspendido por falta de pago oportuno o el depósito por la contratación de un nuevo servicio se cobran en tu recibo, nunca en efectivo o cheque en tu domicilio.

10 Si alguien te visita inesperadamente para arreglar o revisar cualquier situación relativa a tu suministro eléctrico, y te parece sospechoso, cerciórate llamando al 071 para verificar que esto sea real.

11 Nunca aceptes que alguien ingrese a tu domicilio diciendo que es trabajador de CFE, si esta persona no se identifica y te muestra número de reporte y servicio.

12 Cuando pagues en línea, entra directamente a la página de internet de CFE, nunca desde tu correo. Asegúrate de que estás en el sitio auténtico; si no tiene este dominio, se trata de una trampa: **www.cfe.gob.mx/casa/micuenta/paginas/micuenta.aspx**

Combate los engaños

Denuncia estas prácticas a través de los canales oficiales de atención a clientes:

- Llama al 071
- Acude a algún Centro de Atención a Clientes CFE
- Visita la página de internet www.cfe.gob.mx

Código QR

¿Fiebre o revolución del consumo?

En nuestro país ha comenzado a aparecer por aquí y por allá, como ronchitas de varicela a blanco y negro. Sin embargo, alrededor del mundo es toda una fiebre que cada día conquista a más consumidores.

Este código QR es una sorpresa que la **Revista del Consumidor** ha preparado para ti, en el afán de predicar con el ejemplo. Este código te llevará a contenido exclusivo en el Portal del Consumidor. Sigue las instrucciones al otro lado de la página y mira lo que pasa.

Hace poco más de una década, intelectuales de la talla de Dominique Wolton o Giovanni Sartori no tenían el menor empacho para declararse abiertamente escépticos de la llamada –y aún en pañales– "revolución del internet".

En obras como *Internet ¿Y después qué?* o el ya considerado un clásico contemporáneo *Homo Videns*, ambos autores lanzan buscapiés a sus detractores: si bien internet representa un salto tecnológico, ello no quiere decir que sea un fenómeno que revolucione nuestras sociedades, como la imprenta o la línea de ensamblaje... ¿O sí?

A 15 años de la publicación de *Homo Videns*, la balanza comienza a inclinarse del lado contrario al de Sartori: internet ha revolucionado nuestra forma de comunicarnos, de relacionarnos afectivamente con otros seres humanos, de consumir, y hasta de hacer política.

Todo ello posible gracias al paulatino y sostenido aumento en el número de personas con acceso a las nuevas tecnologías.

Uno de los indicadores de este cambio de paradigmas en nuestra vida cotidiana es el repunte del comercio electrónico en América Latina, donde Brasil acapara el 59% del total de transacciones en la región, seguido por nuestro país con apenas 14.2%[1] .

Aunque el panorama para nuestra región es alentador –con un crecimiento esperado de 120% para finales de 2013–, aún falta tiempo para que estrategias de *marketing,* como el uso de códigos QR, se conviertan no sólo en parte de nuestro día a día, sino en herramientas que nos permitan hacer un consumo más informado.

Hola QR, adiós código de barras

Seguramente, en algún cartel, folleto o empaque de algún producto te has encontrado con este curioso cuadrado a blanco y negro. Pero, ¿sabías que en algunos años podría llegar a sustituir a los actuales códigos de barras que todos conocemos y utilizamos?

Conocidos como Quick Response Barcode –código de barras de respuesta rápida, en español–, los códigos QR funcionan a manera de "pequeños almacenes de datos" donde se pueden guardar hasta 4 mil caracteres –casi una cuartilla y media de hoja carta– y que puede ser descifrado con tu celular o la cámara web de tu computadora gracias a alguna aplicación o programa descargable de internet[2].

Definitivamente, 4 mil caracteres son una cantidad muy superior a los 13 dígitos que un código de barras tradicional puede guardar. Esto debido a que, a diferencia de su antecesor, el código QR es leído de manera bidimensional; es decir, de forma horizontal y vertical, logrando albergar, incluso, un sistema de corrección de errores que ayuda a los dispositivos a leerlos aun si el código

impreso está roto, sucio, o es leído en condiciones de iluminación pobres[3].

Y bueno, hasta aquí los códigos QR te parecerán todo, menos revolucionarios. Sin embargo, piensa: ¿qué podrías decirle al mundo en 4 mil caracteres? Si un *tweet* de 140 caracteres puede cambiar el mundo, ¡imagina lo que podría hacerse con un código QR!

La mayoría de las aplicaciones gráficas que encuentras en la calle te vinculan a sitios de internet. No obstante, también es posible enviar un correo, obtener los datos de una persona, dar información en texto, y hasta montar instalaciones artísticas.

Gracias a aplicaciones o *apps* elaboradas para fines específicos, es posible hacer el súper mientras esperas a que pase tu tren. En Corea, la cadena de supermercados Tesco colocó en los andenes del subterráneo un "súper virtual", donde gracias a fotografías de los productos, acompañadas por un código QR, los consumidores asiáticos pueden hacer el súper de camino al trabajo, sabiendo que si su pedido es registrado antes de las 13.00, el súper les será entregado cuando estén regresando a casa[4].

Gracias a esta iniciativa, Tesco aumentó en 76% sus ventas en línea y se colocó como la segunda cadena de supermercados más importante en Corea. Y todo gracias a la tecnología QR. Actualmente, los supermercados virtuales comienzan a ser una fiebre de consumo que ya ha alcanzado a nuestro país[5].

No obstante, aún falta por explotar todas las aplicaciones que se le pueden dar a esta tecnología.

¿Cómo leer un código QR?

1. Necesitas, por principio de cuentas, un *smartphone* (iPhone, Android, BlackBerry, etcétera), una computadora con cámara web o tableta en las que puedas descargar una aplicación para leer este código.
2. Como te redireccionará a un sitio web, necesitarás estar conectado a internet, sea a través de un módem o con un plan de datos.
3. Una vez que hayas instalado el *software*, córrelo y sigue las instrucciones que, invariablemente, te llevarán a apuntar con la cámara de tu dispositivo al código.
4. ¡Listo! Descubre los ejemplos prácticos y vínculos para saber más de lo que hemos reunido para ti.

Referencias:
[1] Albarracín, Pablo; Holloway, Christopher. (30 de mayo de 2012). "En tan sólo dos años se duplicó el eComerce en América Latina". Consultado en: http://tecno.americaeconomia.com/noticias/en-solo-dos-anos-se-duplico-el-ecommerce-en-america-latina-0 (Última revisión: 14 de junio de 2012).
[2] NetConsulting Valencia (10 de noviembre de 2011). "La Utilidad de los Códigos QR (Quick Response Barcode) 1/2". Consultado en: http://www.netconsultingvalencia.es/noticias/blog/la-utilidad-de-los-codigos-qr-quick-response-barcode-1-982/ (Última revisión: 13 de junio de 2012).
[3] NetConsulting Valencia (17 de noviembre de 2011). "La Utilidad de los Códigos QR (Quick Response Barcode) 2/2". Consultado en: http://www.netconsultingvalencia.es/noticias/blog/la-utilidad-de-los-codigos-qr-quick-response-barcode-2-986/ (Última revisión: 13 de junio de 2012).
[4] Rautenstrauch, Ramón. (15 de julio de 2011). "El uso creativo de códigos QR por Tesco en Corea". Consultado en: http://www.netconsultingmarketing.es/uso-creativo-codigos-qr-tesco-corea/ (Última revisión: 12de julio de 2012)-
[5] Informa BTL. (2 de junio de 2012). "Superama lanza tienda virtual en Antara". Consultado en: http://www.informabtl.com/2012/superama-lanza-tienda-virtual-en-antara.php (Última revisión: 13 de junio de 2012).

ella y su salud
Dr. Alfonso Murillo Uribe.

Osteoporosis, epidemia silenciosa

La osteoporosis es un padecimiento silencioso que suele avanzar sin dolor haciendo los huesos más débiles. Afecta cuatro veces más a las mujeres y puede llevar a la incapacidad permanente para desplazarse. Pero la prevención y el tratamiento oportuno pueden cambiar el rumbo de la enfermedad.

El esqueleto es un órgano dinámico compuesto por más de 200 huesos distintos con funciones mecánicas, protectoras y metabólicas. Están conformados por tejido vivo; se compone de una capa externa compacta (hueso cortical) que cubre y define la forma del hueso; dentro de la capa cortical está la capa esponjosa (hueso trabecular). Esta capa es un entramado de fibras de conexión y se encarga del metabolismo mineral, la resistencia y la elasticidad del hueso. El hueso se renueva y se remodela constantemente; a este proceso se le conoce como remodelación ósea. Hasta los 30 años de edad se genera más hueso del que se degrada. Con el tiempo, la resorción supera a la producción, es decir, se degrada mayor cantidad de hueso de la que se genera, provocando pérdida de densidad ósea y, finalmente, osteoporosis. El hueso se vuelve más poroso y frágil.

suscríbete

Aprovecha la **suscripción anual** y obtén **2 meses más**
¡GRATIS!
Sólo **$300.00** pesos

GanarSalud
La revista que te cuida

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del Siglo XXI • Medicina del Deporte y **¡Mucho Más!**

¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com

Obtén el corte perfecto

Es más fácil (y seguro) de lo que crees

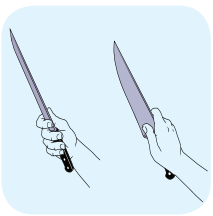
Manejar el cuchillo tiene su ciencia. Aprende la técnica de corte que los chefs más experimentados del mundo utilizan en los restaurantes de cinco estrellas... y en sus casas.

Quizá, después de tantos guisos en tu haber, te resulte imposible pensar que existen maneras más eficientes y seguras de hacer algo "tan simple" como cortar una verdura. Sin embargo, las hay. A continuación te presentamos, paso a paso, la técnica de corte que los chefs alrededor del mundo utilizan tanto en su trabajo como en su vida personal. Con ella no sólo obtendrás resultados más estéticos, también evitarás accidentes.

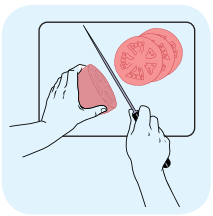
Los pasos básicos

• Antes que todo, asegúrate de tener el equipo adecuado en las condiciones propicias. Un cuchillo afilado de forma deficiente no sólo hará mal su trabajo, también representa un riesgo.

• De igual manera, la tabla para apoyarte debe estar en buen estado, sin hendiduras ni superficies sobresalientes. Asegúrate de que tampoco se resbale durante el proceso.



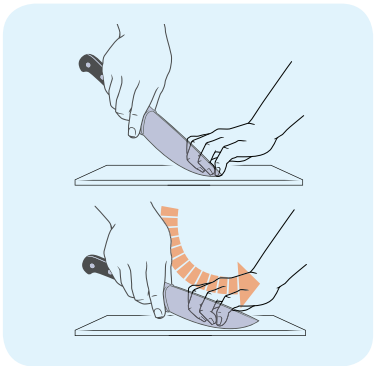
• Tomar el cuchillo tiene su ciencia. Al colocarlo sobre tu mano, procura ponerlo en diagonal, nunca en paralelo.



• Una vez sujeto, apóyalo siempre en el centro de la tabla en posición diagonal. Esta postura ayuda a los movimientos del brazo y muñeca, responsables del corte. Como un plus, el ángulo te permitirá ver qué "entra" al filo y de qué tamaño están "saliendo" tus cortes.

• Tu otra mano también es importante. Para cuidarla de accidentes, no apoyes las yemas de tus dedos sobre la tabla. Mejor, "enróscalas", y deja que tus nudillos le den la cara a la hoja del cuchillo; misma que apenas debe rozarlos.

• Al cortar, el movimiento debe ser fluido y suave. Todo lo contrario a un "serruchado". La punta de tu cuchillo debe levantarse lo menos posible de la tabla, como si fuera una guillotina de papel.



Limpieza y conservación

Después de cada uso, lava y seca tus cuchillos inmediatamente. Utiliza detergente antigrasa y agua templada. Sécalos con un trapo limpio de algodón. Estos pasos, además de limpiar la superficie del utensilio, ayudarán a evitar la oxidación y la mezcla de olores y sabores.

No conviene meter los cuchillos a la lavavajillas, pues el roce con otros materiales puede afectar la hoja y el mango.

Al guardarlos, es preferible almacenarlos en portacuchillos que en cajones. Así evitas que las hojas y filos alcancen tus dedos o, al meter la mano, te cortes.

¡AGUAS CON EL FILO!

- Procura cortar los alimentos lejos de tu cuerpo. Así, si se te llega a resbalar este instrumento, reduces las posibilidades de hacerte daño.
- Si vas a pasar un cuchillo a otra persona, tómalo por la punta y ofrécele la empuñadura. En caso de que lo recibas, sujeta el mango y no lo jales; de esa forma evitas lastimar a las otras personas.
- En caso de que esta herramienta se te llegara a caer, no intentes tomarla en el aire. Puedes lastimarte al hacerlo.
- Si debes caminar empuñando un cuchillo, asegúrate de que la punta esté mirando hacia el suelo.
- Los cuchillos no son herramientas multiusos. No debes ocuparlos para operaciones distintas a cortar, como abrir latas o desatornillar.
- Corta siempre con el filo viendo hacia el exterior; es decir, hacia el lado opuesto a ti.

Entre los beneficios que tenemos cuando realizamos cortes iguales se encuentran tiempos de cocción parejos, pues los trozos quedarán en el mismo término y tiempo

¿Quieres aprender más sobre el uso de enseres y utensilios para cocinar nuevas recetas? Entra a **cheforopeza.com.mx** donde descubrirás formas de aprovechar tu cocina.

Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad:

¿Síndrome de moda o realidad?

Nombrar un problema que puede resultar angustiante para padres y maestros, sin duda es un alivio. Sin embargo, hoy se escucha tanto sobre este padecimiento, que se empieza a considerar como un trastorno de moda.

Nadie conocía el nombre de este síndrome hace un par de décadas. Quien sacaba malas calificaciones era tachado de "burro" o flojo, el niño que andaba por las nubes era "lento", y aquel que no se podía estar quieto era, simplemente, un niño malcriado. En la actualidad se reconoce al Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad (TDAH) como el posible causante de estos síntomas.

Mucho se ha avanzado en el diagnóstico y tratamiento de este síndrome, los cuales consisten en terapia psicológica y/o uso de medicamentos, como la famosa y polémica ritalina. Sin embargo, no pocos médicos, científicos y especialistas argumentan que se diagnostica indiscriminadamente y que se prescriben medicamentos muy adictivos de manera irresponsable, lo cual preocupa sobremanera dado que, por lo general, los pacientes son niños.

Algunos estudios recientes atribuyen el sobrediagnóstico a que se le ha dado mucha promoción al TDAH en los medios, manuales para padres, cursos y demás, que tratan la información a la ligera. Asimismo, en ello los maestros juegan un papel importante ya que muchos, sin contar con la información necesaria, catalogan a los niños como pacientes de esta enfermedad. Quienes muestran preocupación por el diagnóstico excesivo identifican otras causas, como la promoción de medicamentos para el tratamiento del TDAH por parte de las empresas farmacéuticas y de los médicos, además del aparente alivio de padres y maestros, a quienes una explicación y un posible manejo del niño difícil les proporciona tranquilidad.

Martha Duarte, psicoanalista infantil, afirma que un niño puede ser muy inquieto, pero luego resulta que nunca sale al parque, vive en un departamento muy pequeño, no juega con otros niños y sus padres están ausentes física o emocionalmente; por lo tanto, "lo mínimo que hará es romper algo y eso es normal. Conductualmente el niño puede ser hiperactivo, pero eso no quiere decir que tenga un problema neurológico o un síndrome". Lo que habría que resolver, entonces, son las circuns-

tancias o las experiencias pasadas, no la hiperactividad, de acuerdo con Duarte. "Es como la fiebre", agrega, "la cual es síntoma de una infección. Si se prescriben antifebriles antes de saber qué la causa, sólo enmascararán el problema. Y los niños erróneamente diagnosticados se quedan con el medicamento para el TDAH por años, sin tratar su problema de raíz, ya sea familiar, por experiencias traumáticas o abusos que no han procesado".

Entre 3 y 5% de los niños en edad escolar lo padece, según el DSM IV

Depuración de casos

Una investigación realizada en 2005 por un equipo de psiquiatras españoles encontró que sólo uno de cada tres niños con valoración sospechosa de TDAH fue finalmente diagnosticado con el síndrome. En el resto de los pacientes, los psiquiatras encontraron cuadros clínicos distintos que iban desde trastornos en la dinámica familiar y de aprendizaje, hasta casos de psicosis infantil y retraso mental.

La conclusión fue que es preciso realizar a cada paciente una minuciosa historia clínica y descartar otros padecimientos que incluyan la hiperactividad o el déficit de atención como síntoma, antes de dar el diagnóstico definitivo, evitando así medicar a pacientes que no lo necesitan. Es importante mencionar que el estudio neurológico por sí solo no determina la existencia del TDAH, sino que es parte de la información que requiere el terapeuta para diagnosticarlo y determinar el tratamiento más conveniente, según el subtipo de TDAH y la edad del paciente.

La psicóloga infantil Xóchitl González apunta que, por lo general, quien hace la primera detección es el maestro, ya que es en el ambiente escolar donde estas conductas se pueden observar con mayor facilidad. Sin embargo, ellos sólo pueden señalar la existencia de un problema y sugerir el apoyo profesional, pero el diagnóstico debe ser realizado por psiquiatras o psicólogos especializados.

Los síntomas

Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM IV), se dividen en dos, y deben presentarse mínimo por seis meses para considerar un posible TDAH:

- No registrar detalles o caer en errores por descuido.
- Dificultad para estar atento en tareas, labores o juegos.
- No escuchar cuando se le habla.
- No seguir instrucciones ni encargos y dejar tareas incompletas.
- Dificultad para organizarse.
- Evasión, disgusto o renuencia a realizar tareas que requieren un esfuerzo mental sostenido.
- Mover en exceso manos o pies, removerse en el asiento, levantarse durante la clase, el trabajo, o en otras situaciones en que debe permanecer sentado.
- Correr o saltar excesivamente en situaciones inapropiadas.
- Hablar en exceso.
- Precipitar respuestas antes de que se haya terminado de hacer la pregunta.
- Dificultad para esperar el turno.
- Interrumpir o inmiscuirse en las conversaciones o actividades de otros.

Adultos con TDAH

Antes se creía que el TDAH desaparecía en la edad adulta, sin embargo, hoy se sabe que, en muchos casos, varios de los síntomas persisten durante toda la vida; en el DSM IV la tipificación del síndrome incluye a los adultos. Además, los niños con este síndrome muchas veces crecen con baja autoestima debido a los constantes fracasos escolares y a su difícil convivencia familiar y social, así como a los calificativos de los que son objeto. Lo cual, en conjunto, puede derivar en problemas emocionales en el adulto con TDAH.

Entrevistas:

· Martha Duarte, psicoanalista especializada en niños y adolescentes.
· Xóchitl González Muñoz, psicóloga infantil, directora del centro Psicología para Niños.

Fuentes:

· (2009). "Trastorno de Déficit de Atención con Hiperactividad (Tda-H), un trastorno de moda". En http://www.articuloz.com/psicologia-evolutiva-articulos/trastorno-de-deficit-de-atencion-con-hiperactividad-tda-h-un-trastorno-de-moda-1400018.html (Consultado el 29 de mayo de 2012).
· Allen, Frances, et al. (1995). *Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales*. Barcelona: Masson.
· Morán Sánchez, I. et al. (2006). "TDHA: un trastorno de moda". Interpsiquis. Séptimo Congreso Virtual de Psiquiatría.

Rebasa los riesgos:

Neumáticos infalibles

Consulta los detalles en el sitio **alertas.gob.mx** y suscríbete para que te avisemos en cuanto sea emitida una alerta o llamado a revisión de algún producto.

¿Qué prioridad das a la seguridad cuando estás detrás del volante? Además de los frenos y el cinturón, los neumáticos juegan un papel crucial en la prevención de accidentes. Entérate aquí de las características que debe reunir una llanta para rodar sin peligros.

Apesar de que, tanto la pericia del conductor como el conocimiento y apego a los reglamentos de tránsito, son fundamentales para minimizar riesgos, existen factores mecánicos que pueden hacer la diferencia entre llevarse un susto o propiciar una desgracia.

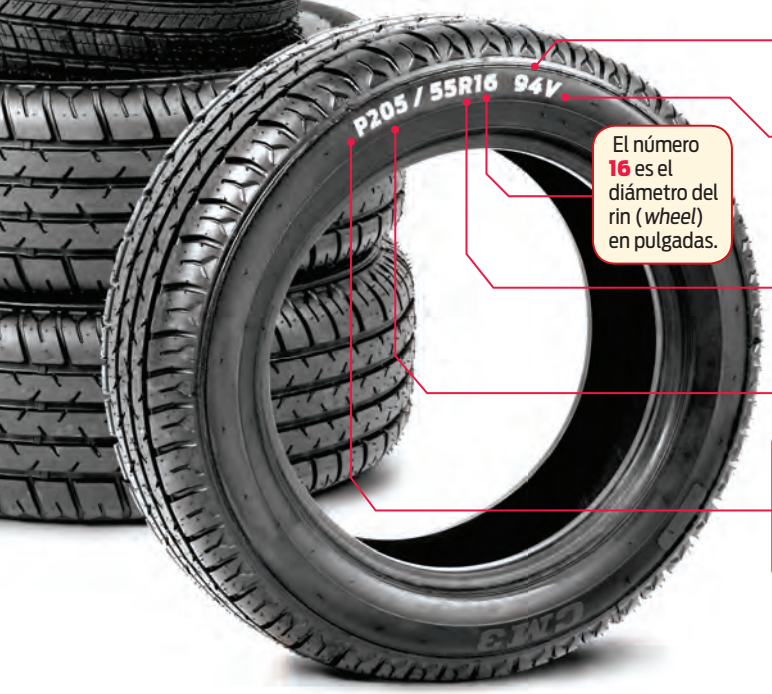
Los frenos y el cinturón son, quizá, los elementos de seguridad que reconocemos con mayor facilidad; sin embargo, no debemos obviar un elemento fundamental: los neumáticos. Las llantas se encargan de ponernos en movimiento... y también de detenernos.

Como muchos otros artículos, las llantas nuevas que se venden en el mercado formal –sin importar que sean de fabricación nacional o de importación– deben atenerse a lo establecido en la Norma Oficial Mexicana *NOM-086-SCFI-2010. Industria hulera – Llantas nuevas de construcción radial que son empleadas para cualquier vehículo con un peso bruto vehicular igual o menor a 4536 kg – Especificaciones de seguridad y métodos de prueba*, donde además de enumerarse las características mínimas que deben poseer, se establecen los métodos para evaluarlas.

Comprar las llantas adecuadas para nuestro automóvil en el mercado formal, asegurándonos de que estén certificadas por la

¿JEROGLÍFICOS EN TUS LLANTAS?

A simple vista, la contraseña que aparece en los costados del neumático podría parecer un enigma digno de Indiana Jones. No te aceleres: decodificarlo es más sencillo y útil de lo que crees. Aquí te enseñamos cómo:



El **94** corresponde a la capacidad de carga máxima soportada por las llantas.

La letra **V** es el código de velocidad que muestra el límite de velocidad máxima constante que puede soportar la llanta. En este caso, son 240 km/h, pero existen otras letras para distintas velocidades.

El número **16** es el diámetro del rin (*wheel*) en pulgadas.

La **R** no significa "rin", quiere decir que la llanta es "radial". Vaya, que está construida con ciertos materiales para que tenga una construcción uniforme, mayor fuerza lateral y que la llanta no se deforme en las curvas.

El **205** es el ancho de la sección cruzada (*cross-section width*) de la llanta en milímetros, y el 55 es la relación entre la altura del costado y el ancho de la llanta (*ratio of sidewall height to cross-section width*); es decir, un 55%.

La **P** significa que se trata de un auto de pasajeros, aunque muchos SUV y camionetas pequeñas pueden portar este prefijo (LT es el término usado por camiones o *pickups* de tamaño mediano). Algunas marcas omiten esta denominación.

NOM correspondiente (ver recuadro: "¿Jeroglíficos en tus llantas?"), es el primer paso que debemos dar en pos de nuestra seguridad. Por ello, al momento de hacer la compra no debemos dejar de revisar el manual de usuario de nuestro vehículo, en el que se establecen las medidas propuestas por el fabricante.

No pierdas de vista:

Fecha de caducidad. ¿Sabías que, igual que los yogures, las llantas también caducan? Por lo general, después de cuatro años –y sin importar los kilómetros que hayan recorrido– comienzan a mostrar señales de deterioro, perdiendo características de seguridad. Por eso es importante no adquirir "llantas usadas" pues, aunque se vean bien, ponen en peligro tu vida y la de los demás.

Presión de inflado. Con el rodamiento, golpes, cambios de temperatura y otras situaciones, las llantas pueden perder aire. Revisa la presión de tus neumáticos cada vez que cargues gasolina o cuando menos una vez al mes. Lo más recomendable es revisarla cuando el auto no se haya usado por más de tres horas.

Revisa los birlos. Se trata del sistema de sujeción de las llantas al auto, que debe estar correctamente apretado.

Carga máxima. Cada tipo de llanta está diseñado para soportar un peso específico. Generalmente se trata del peso del vehículo, de los pasajeros y una carga normal, como algunas maletas en vacaciones. No obstante, es necesario revisar nuevamente el manual del usuario con el fin de conocer esta carga máxima y no sobrepasarla.

Rango de velocidad máximo. Se conoce en las leyendas que poseen las llantas. Debes ser cuidadoso de no rebasarlo, pues los neumáticos no están diseñados para dar más de esa velocidad.

Resistencia. Un factor que hace variar el precio de la llanta puede ser indicativo de diferencias en resistencia a la temperatura, a la tracción en piso mojado y a la durabilidad. Si eliges un modelo que tenga menor resistencia a estos factores para salvaguardar tu economía, tómalo en cuenta al momento de conducir.

Indicador de desgaste. Los canales de las llantas deben tener cierta profundidad; para considerarse segura, debe ser mayor a 1.6 cm.

PARA QUE TU SEGURIDAD NO DERRAPE

De 2011 a la fecha, **Profeco** ha verificado que 24 mil 57 neumáticos para automóvil se ciñan a lo establecido en la NOM-086-SCFI-2010. Debido a su incumplimiento, se han debido inmovilizar 285 y apercibido* mil 329 productos.

TOTAL DE LLANTAS VERIFICADAS POR **PROFECO** DE 2010 A 2012

Año	2011	2012	Totales		
Norma	NOM-086-SCFI-2010	NOM-086-SCFI-2010	Total NOM-086 Llantas para automóvil	Total NOM-86/1 Llantas para camión	Total
Productos verificados	19,553	4,504	24,057	1,502	25,559
Productos inmovilizados	247	38	285	14	299
Productos apercibidos	1,001	328	1,329	4	1,333

Año	Visitas realizadas	Visitas susceptibles
2011	246	41
2012	113	20
TOTAL	540	85

Año	No. resoluciones	Monto resoluciones
2011	32	$96,852.00
2012	28	$72,520.00
TOTAL	61	$217,919.00

Productos verificados 24,057

Productos inmovilizados 285

Productos apercibidos 1,329

Como puede apreciarse en la tabla, desde 2011 **Profeco** ha verificado 25 mil 559 productos –tanto llantas para automóvil como para camión–, inmovilizando 299 y apercibiendo mil 333. Para ello se realizaron 246 visitas durante el año pasado y 113 en lo que va de 2012. ¿Cuáles fueron los principales motivos de incumplimiento? En la siguiente tabla podrás encontrar los más representativos.

INCUMPLIMIENTOS LLANTAS

2011		2012	
NOM-086-SCFI-2010	Carece de certificado de cumplimiento de la NOM	NOM-086-SCFI-2010	Carece de certificado de cumplimiento de la NOM
NOM-086-SCFI-2010	Carece de información en idioma español	NOM-086-SCFI-2010	Carece de la contraseña de la NOM
NOM-086-SCFI-2010	Carece de la contraseña de la NOM	NOM-086-SCFI-2010	Carece de leyenda "hecho en..." seguida del país de origen
NOM-086-SCFI-2010	Carece de la contraseña de la NOM	NOM-086-SCFI-2010	Carece de nombre, denominación o razón social y RFC del importador
NOM-086-SCFI-2010	Carece de la indicación de capacidad de carga		
NOM-086-SCFI-2010	Carece de la leyenda que indique el país de origen en idioma español		
NOM-086-SCFI-2010	Carece de leyenda "hecho en..." seguida del país de origen		
NOM-086-SCFI-2010	Carece de nombre, denominación o razón social y RFC del importador		

* El término "apercibido" se refiere a los productos que no se presentaron con el certificado de conformidad vigente al momento de la visita de verificación, por lo que se le otorga un término de 10 días al visitado para presentar esta documentación directamente ante la autoridad. Este certificado de conformidad deber ser emitido por un organismo acreditado o un Laboratorio acreditado y debe ser aprobado en términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

TEST

¿Conductor responsable o cafre al volante?

Del poblado Los Algodones en Baja California, hasta la desembocadura del río Suchiate en Tapachula, Chiapas, más de 23 millones de automóviles[1] –y en aumento– recorren las carreteras, avenidas y calles de todo el país. De acuerdo con organismos de gobierno, tanto locales como federales, la mayoría de dichos automotores se concentra en las zonas urbanas con más de 500 mil habitantes, donde sabemos vive el 40% de los mexicanos.

¿Qué pasa cuando mezclas altas concentraciones humanas, un parque vehicular en constante aumento y una cultura vial escasa, cuando no inexistente? Exacto: una auténtica fórmula para el desastre. Con tantos autos en México y en el mundo, a nadie extraña que los accidentes automovilísticos sean la principal causa de muerte y traumatismo en el orbe. Tampoco que la mayoría de los percances sean atribuibles al conductor; sea por cometer errores, conducir en estado de ebriedad o transgredir el Reglamento de Tránsito.

La educación vial y la conciencia de la enorme responsabilidad que conlleva conducir un vehículo es esencial para evitar accidentes que pongan en juego nuestra vida y la de quienes nos rodean.

¿Sabes si eres un conductor responsable? Responde con toda franqueza marcando con una X en la casilla que más se adecue a tu conducta sobre ruedas, y suma los resultados de acuerdo con los colores.

Tus conductas como automovilista

1. Saliste a cenar y tomaste algunos tragos. De regreso conduces a casa evitando encontrarte una patrulla.
2. Si te llaman al celular, te orillas para contestar o usas el “manos libres”.
3. Si la vía está libre, aprietas a fondo el acelerador.
4. Conoces el Reglamento de Tránsito “como a la palma de tu mano”.
5. Usas cinturón de seguridad y llevas a los niños en el asiento de atrás en una silla de seguridad infantil.
6. Respetas las señales de tránsito.
7. Cuando vas a dar vuelta usas las direccionales, y si vas a disminuir la velocidad o a estacionarte, enciendes las intermitentes.
8. Cuando hay mucho tráfico evitas obstruir las bocacalles, cediendo el paso a los autos que circulan en las vías transversales.
9. Te peinas o maquillas en el auto... el espejo retrovisor es ideal para ello.
10. Haces tu selección musical mientras conduces y la pones a un volumen muy alto.
11. Conservas tu distancia respecto de los demás autos.
12. Cedes el paso a los peatones, ciclistas y motociclistas aun cuando lleves prisa.

Pregunta	Casi siempre	A veces	Casi nunca
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

Resultados

[1] En http://www.semarnat.gob.mx/temas/gestionambiental/calidaddelaire/Paginas/Transporte.aspx (Consultado el 25 de mayo de 2012).

¿Qué tal anda tu semáforo?

Mayoría de casillas verdes

¡Felicidades! Eres un conductor responsable y consciente del uso adecuado del automóvil. Ojalá todos imiten tu comportamiento vial.

Mayoría de casillas amarillas

El que "a veces" cometas prácticas inseguras no te exenta del peligro al que expones tu vida y la de los demás. Es importante ser un conductor responsable todo el tiempo.

Mayoría de casillas rojas

Cada vez que te pones detrás de un volante pones en riesgo tu vida, la de los pasajeros que te acompañan y la de peatones y conductores de otros vehículos que se encuentran en tu camino. ¿Te gustaría cargar con la culpa de dañar a otro? ¡Haz conciencia!

Fuentes:
· Autored Refaccionarias. (s.f.). "Consejos y tips". En http://www.autored.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=22:prevencion-de-accidentes-de-transito&catid=3:noticias&Itemid=16 (Consultado el 27 de abril de 2012).
· Cómo hacer para... (s.f.). "Cómo conducir un coche". En http://educacion.comohacerpara.com/n1135/como-conducir-un-coche.html (Consultado el 27 de abril de 2012)
· Martínez-Torvisco, J., y Hernández, B. (s.f.). "Riesgo, responsabilidad y conducción". En http://www.copmadrid.org/webcopm/publicaciones/social/1997/vol1/arti6.htm (Consultado el 27 de abril de 2012).
· Semarnat. (12 de abril de 2011). "La calidad del aire y el transporte". En http://www.semarnat.gob.mx/temas/gestionambiental/calidaddelaire/Paginas/Transporte.aspx (Consultado el 27 de abril de 2012).

Acelera tu responsabilidad

- Circula por debajo del límite de velocidad. Modera tu velocidad al aproximarte a ciclistas, motociclistas.
- Usa las luces correctamente. El cambio de altas a bajas debe hacerse mínimo 200 metros antes para evitar encandilar a otros conductores.
- Mantén a los niños sujetos en el asiento trasero del automóvil, utilizando los dispositivos de acuerdo con su edad.
- Mantén una distancia segura entre tu auto y el de enfrente para poder reaccionar a tiempo: si estás en ruta, lo ideal es mantener dos segundos de distancia con el auto de enfrente *(tip: ubica un punto de referencia, en cuanto el vehículo en cuestión pase por él, cuenta "mil ciento uno, mil ciento dos", hasta que tú pases por el mismo punto)*. Si estás detenido, la distancia óptima es la que te permita ver las ruedas del auto próximo.
- No obstruyas vías transversales, respeta el cruce peatonal.
- Cede el paso a ciclistas y motociclistas, y no aceleres si otro auto desea adelantarte.
- Rebasa siempre por la izquierda, con precaución y en zonas permitidas. Nunca rebases en una curva.
- Si tienes que orillarte para arreglar algún desperfecto, coloca los triángulos reflectantes y enciende las luces, para que otros conductores puedan verte.
- Evita que algún objeto obstruya tu visibilidad mientras conduces.

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:
- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- **Saber en qué AFORE se encuentra tu Cuenta Individual**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).
- Saber qué hacer en caso de que no llegue tu estado de cuenta
- Tipos de Retiros Parciales
- Quejas ante CONDUSEF
- Localización de la Cuenta ISSSTE (A través de un asesor por medio de la CURP)
- Transferencia a PENSIONISSSTE

Teléfono :
01 800 50-00 747

Horario de Atención
Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:00 a 22:00 hrs.
Sábados y Domingos de 9:00 a 18:00 hrs.
Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual
las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

Crema para después de asolearse

En todas las **Tecnologías Domésticas Profeco** se consideran las siguientes equivalencias:
1 cucharada (TBS: tablespoon) = 15 ml
1 cucharadita (teaspoon) = 5 ml
1 taza = 250 ml

Tiempo de preparación: 10 minutos | Caducidad: 1 mes | Rendimiento: 450 ml

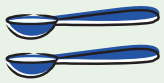
Ahorra hasta 60% de su precio comercial

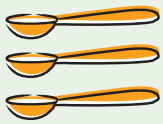
INGREDIENTES

½ taza de aceite mineral

6 gotas de trietanolamina

1 taza de agua


2 cucharadas de glicerina


3 cucharadas de alcohol

¼ de cucharadita de mentol

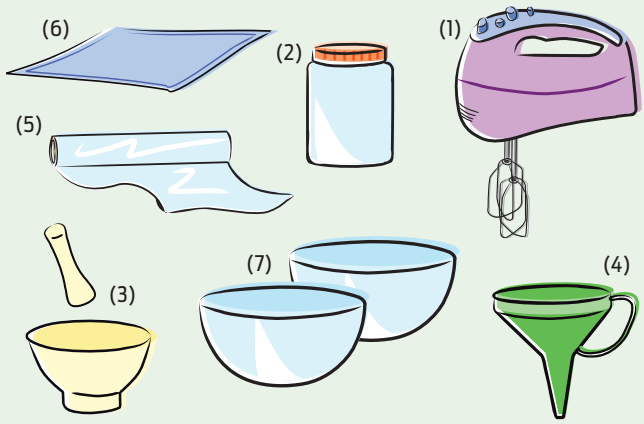
⅛ de cucharadita de alcanfor

6 clavos de olor

⅛ de cucharada de carbopol

UTENSILIOS

(1) Batidora, (2) botella de plástico con capacidad de 500 ml, (3) mortero con pistilo, (4) embudo, (5) plástico para alimentos, (6) toalla de papel de cocina y (7) 2 tazones de vidrio.



Validación técnica del maestro en Ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra.

¿Quieres saber más Tecnologías Domésticas **Profeco**? Visita nuestro canal en YouTube: youtube.com/profecotv

Crema *after... what?*

Las cremas para asolearse, comercializadas como *after-sun* o post solar, además de disminuir notablemente las molestias que ocasiona la sobreexposición a los rayos solares, también ayudan a rehidratar la piel.

Ojo, no se trata de un "remedio" a las quemaduras, ni de un artículo exclusivo para bañistas. Todos los días –aunque el cielo esté nublado–, nuestra piel está a merced de los rayos ultravioleta (UV), por lo que es recomendable utilizar con frecuencia este tipo de cremas, amén de evitar la sobreexposición a los rayos sol. (En la edición de junio podrás consultar el artículo sobre enfermedades de la pie.l)

Para elaborar esta Tecnología Doméstica necesitarás ingredientes que parecen difíciles de encontrar. Comienza tu búsqueda en droguerías o farmacias donde elaboren recetas por pedido.

Te recomendamos cerciorarte de que tu piel no sea alérgica o sensible a alguno de estos ingredientes.

1

Tritura los clavos de olor en el mortero y agrega el alcohol poco a poco. Para evitar que el alcohol se evapore, tápalo con plástico para alimentos. Déjalo reposar por cinco minutos.

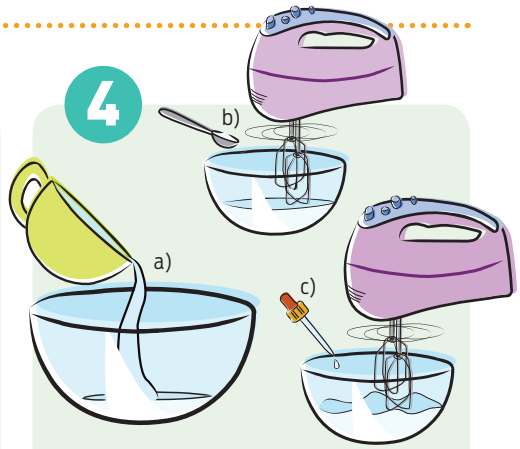
2

Agrega al mortero el alcanfor y el mentol. Tritura con el pistilo para ayudar a disolverlos.

3

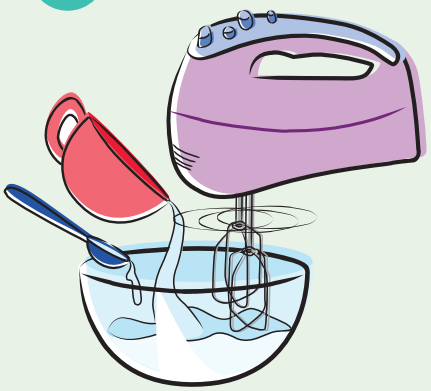
Filtra la mezcla del alcohol colocando un trozo de servilleta dentro del embudo, y reserva.

4



a) Vierte la taza de agua en el tazón de vidrio.
b) Agrega el carbopol lentamente mientras agitas con la batidora a velocidad baja.
c) Después añade la trietanolamina con lentitud; verás que se forma un gel.

5



Agrega la glicerina y el aceite mineral poco a poco, mientras bates a velocidad media para emulsionarlo.

6

Añade la mezcla del alcohol al tazón sin dejar de batir. Al terminar, envasa en la botella de plástico.

RECOMENDACIONES

Si deseas enriquecer esta crema, incorpora tres cucharadas de pulpa de sábila en el paso 4.

CONSERVACIÓN

Debe almacenarse en un lugar seco, fresco y oscuro.

Ilustración: Mónica Miranda

La autorregulación publicitaria en productos cosméticos:

Corresponsabilidad entre empresas y autoridades

La protección del derecho a la información de los consumidores es una de las principales tareas de **Profeco**, pero en esta labor no está sola. Te explicamos qué papel juegan las empresas y los organismos de autorregulación en el combate a la publicidad engañosa en el sector de productos cosméticos.

La publicidad responsable: una tarea compartida

La publicidad es quizá la herramienta más poderosa a través de la cual una empresa da a conocer sus productos a los consumidores. Por medio de los anuncios publicitarios, los proveedores exaltan las cualidades o beneficios de los bienes y servicios que ofrecen, logrando así su posicionamiento en el mercado e incidiendo en las decisiones de consumo. Pero la publicidad siempre debe apegarse a lo establecido en la ley; más allá de su creatividad, es necesario que la publicidad sea veraz y comprobable, y que no nos induzca al error o confusión.

Profeco es la autoridad encargada de vigilar que los anuncios publicitarios no sean engañosos pero, ¿es posible que una autoridad vigile todos y cada uno de los anuncios publicitarios que se difunden en el país? A pesar del monitoreo constante de los medios que **Profeco** realiza, no hay institución alguna que alcance para analizar todos y cada uno de los anuncios; especialmente porque la publicidad no solamente existe en medios de comunicación masivos –como radio o televisión–, sino también en revistas, puntos de venta, folletos, etcétera.

SÓLO DURANTE 2011
56 MIL 519
SPOTS EN EL SECTOR DE PRODUCTOS COSMÉTICOS

Para darnos una idea del amplio universo del mundo de la publicidad, de acuerdo con el Consejo de Autorregulación Publicitaria (Conar), tan sólo durante 2011 el sector de productos cosméticos pautó 56 mil 519 *spots*.

Profeco apuesta a la participación de la sociedad para combatir la publicidad engañosa; es por ello que, a través del Teléfono del Consumidor, correo electrónico y redes sociales se reciben denuncias ciudadanas. Sin embargo, existe otra herramienta por medio de la cual la sociedad, y en específico el sector empresarial, ayudan a garantizar el derecho a la información de los consumidores: la autorregulación.

Una herramienta complementaria

Afortunadamente, tanto en el sector de cosméticos, como en los de otra índole, la publicidad engañosa o abusiva no es la regla. Lo anterior cobra sentido si imaginamos lo siguiente: si todos los productos mintieran sobre sus beneficios a través de su publicidad, seguramente en poco tiempo se produciría un panorama generalizado: la desconfianza del consumidor. Los proveedores responsables lo saben, y es por esta sencilla razón que prefieren autorregularse.

Esto significa que las empresas acuerdan imponerse a sí mismas reglas y principios adicionales a lo que la ley los obliga. Estos mecanismos implican que sus afiliados, además de respetar la Ley Federal de Protección al Consumidor y otras disposiciones, cumplen con lo previsto en sus propios códigos de ética o conducta. Al ser la propia industria la que crea y aplica estas normas claras y específicas, resultan beneficiados todos los involucrados en la expresión comercial. De esta manera, la autorregulación complementa a la regulación gubernamental, y sirve para facilitar el cumplimiento de la ley por parte de las empresas adheridas y, al mismo tiempo, para garantizar tus derechos como consumidor.

Tal vez no hayamos escuchado mucho de estos organismos de autorregulación publicitaria, pero tienen presencia en al menos 47 países de la Unión Europea, Asia, África y América. En México, el Consejo de Autorregulación Publicitaria (Conar) se creó en 1997 y agrupa a más de 80 empresas, entre ellas se encuentran anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones civiles empresariales.

Conar cuenta con un Código de Ética que se fundamenta en

Gráficos: Bachan

los siguientes principios: legalidad, honestidad, decencia, veracidad, dignidad, salud y bienestar, protección a la infancia y competencia justa. Asimismo, supervisa dos códigos sectoriales, el Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Dirigida al Público Infantil (PABI) y el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos (Cosmep).

Cosmep agrupa 63 empresas asociadas a la Cámara Nacional de Perfumería y Productos Cosméticos (Canipec), como Colgate, Natura, Procter & Gamble y Henkel. Una de las finalidades de este Código es buscar que los productos no se hagan pasar por medicamentos o que no exageren sus características o propiedades en sus anuncios publicitarios. Los miembros de Canipec que se adhieran a Cosmep se comprometen a cumplir con sus principios, entre los que se incluyen legalidad, honestidad, decencia, veracidad, dignidad, protección a la infancia, responsabilidad social, ofrecer sustento de lo anunciado, uso adecuado de datos y terminología científica y técnica, e identificación de la publicidad como tal.

El sentido de la autorregulación

Aunque la autorregulación publicitaria de productos cosméticos en México aún enfrenta grandes retos, los resultados hasta ahora han sido positivos, pues existe una tendencia de las empresas a adherirse y cumplir con el Código.

De acuerdo con el reporte trimestral de Cosmep, durante 2011 Conar realizó 118 notificaciones a empresas por su publicidad relacionada con cosméticos. De éstas, sólo 26 fueron contra empresas adherentes al Código, mismas que hicieron modificaciones en sus mensajes y pautas publicitarias para atenderlo. En cambio, de las 92 notificaciones restantes –por violaciones a los principios de legalidad, honestidad, comprobación y testimoniales– que no fueron atendidas, todas correspondieron a empresas no adherentes a Cosmep.

Profeco apuesta a la participación de la sociedad para combatir la publicidad engañosa

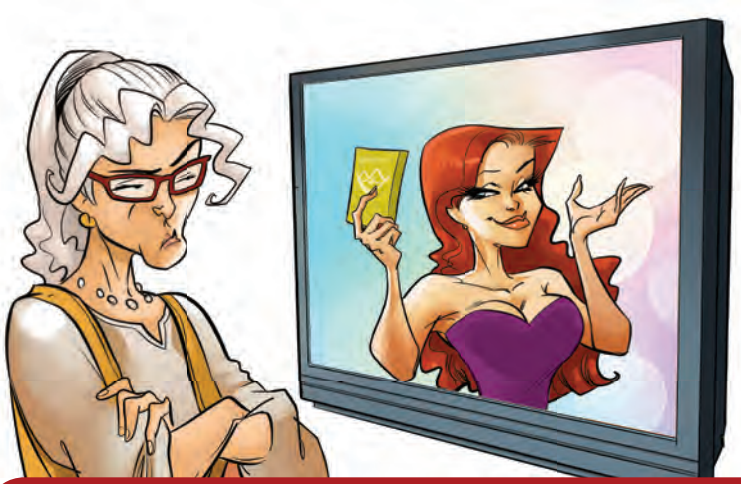
Una empresa que se autorregula se compromete frente a la sociedad a cumplir con estándares incluso más estrictos que los

de la legislación. De esta forma, la autorregulación representa una gran oportunidad para el fortalecimiento de los derechos de los consumidores, en especial, el derecho a la información.

Ya viste que la existencia de mecanismos de corresponsabilidad entre la sociedad y la autoridad, como éstos, son claves para asegurar la difusión de publicidad veraz y comprobable. Entonces, lo deseable es que todas las empresas busquen, además de cumplir la ley, autoimponerse reglas de conducta para ampliar la protección de los derechos de los consumidores... para su propio beneficio.

Por ejemplo, Alianza Europea por la Ética Publicitaria (EASA, European Advertising Standards Alliance, por sus siglas en inglés) tiene reglas de buenas prácticas que han servido como guía para muchos países que apuestan por la autorregulación para fomentar la publicidad responsable. Entre los principios comunes que promueven se encuentran: beneficios para los consumidores, independencia, transparencia, accesibilidad y eficacia.[1]

El gran reto de la autorregulación publicitaria alrededor del mundo es adoptar y poner en práctica este tipo de principios y buenas prácticas, lo cual seguramente sucederá en el corto plazo. En México ya empezamos a andar por ese camino.



Profeco **te respalda**

Recuerda que con tu participación puedes proteger a muchos consumidores; de modo que, si has detectado publicidad que consideras puede ser engañosa, envíanos tu denuncia al correo **publicidadengañosa@profeco.gob.mx,** o llama al Teléfono del Consumidor 5568 872 desde el DF y Área Metropolitana, al 01800 468 8722 desde el interior de la República, o ingresando al Teléfono del Consumidor en línea **www.telefonodelconsumidor.profeco.gob.mx.**

Referencias:
[1] En http://www.autocontrol.es/pdfs/autor_Europa_Decl_principios_%C3%A7omunes.pdf

EMPRESAS ADHERIDAS A CANIPEC Y A COSMEP

- Alberto Culver de México
- Industrias Alen
- Amway de México
- Antera
- Arabela
- Aspid
- Avon Cosmetics
- Bdf México
- Belcomex
- Belmay de México
- Church & Dwight
- Colgate Palmolive
- Colomer México
- Combe de México
- Comercial Urania
- Cosmética
- Coty México
- Creaciones Iguazú
- Croda México
- Estee Lauder Cosméticos
- Eveready de México
- Fedele
- Fortalab
- Frabel (L'Oréal México)
- Francobel Comercializadora
- Gd Cosméticos (Gisele-Delorme)
- Glaxosmithkline México
- Grisi Hnos.
- Grupo Brothers & Sisters
- Henkel Capital
- Herbalife Internacional de México
- House of Fuller
- Ibw Importaciones y Distribuciones
- Industrias Sintoquim
- Iu Cosmetics
- Jafra Cosmetics
- Johnson & Johnson
- Kenya Tendencias
- Kromalabs
- Laboratorio de Desarrollos Científicos Peregrina
- Laboratorios Azteca
- Laboratorios Expanscience México
- Mary Kay Cosmetics de México
- Natura Distribuidora de México
- Noregal
- Oxiteno México
- Parfumerie Versailles
- Parybel
- Perfumes Andre Villain
- Pierre Fabre México
- Probelco (Zanzusi)
- Procter & Gamble México
- Puig México
- Revlon
- Snf Floerger de México
- Solutions Klean Group (Solan Cosmetics)
- Stanhome de México
- Swan Cosmetics de México
- T&T Maquiladora Cosmética
- Transbel
- Unilever de México

Más alto, más rápido, ¡más engañoso! Existen anuncios publicitarios que harían cualquier cosa con tal de ganarse tu preferencia. Incluso, mentir. Por eso, ¡Que no le digan, que no le cuenten! Si te dicen que una rigurosa encuesta o un estudio altamente científico sustenta sus afirmaciones, que te lo prueben. De lo contrario, es publicidad engañosa. ¡Denúnciala!

Canine Delice

¿Tu perro se sale de la casa y no sabes por qué? Seguramente es porque no lo alimentas con Canine Delice. Estas deliciosas croquetas y botanas son las consentidas de cachorros y grandes. Por su variedad y sabor, 80% de los perros ama Canine Delice. Mientras lo alimentas, además de nutrirlo con los ingredientes esenciales para que sea más sano, ágil y fuerte, casi como SuperCán, él disfruta y se agasaja con la consistencia de Canine Delice. Está comprobado y te lo garantizamos, 8 de cada 10 perros las aman. Si pudieran hablar, ¡seguro te las pedirían!

Realidad:

Cuando en un anuncio publicitario se utilizan afirmaciones objetivas y medibles como en el ejemplo, deben de ser comprobables. Por ello, si afirman que algo "está comprobado", los proveedores deben contar con los sustentos técnicos, científicos o estadísticos que prueben dichas aseveraciones. Asimismo, cuando te digan que algo está "garantizado", deben decirte en qué consiste esa "garantía", de lo contrario podrían estar intentando confundirte o inducirte al error.

Fruti-Licuadazo

¿Cansado de no entender lo que te enseñan tus maestros? ¿Quieres hacer deporte y te agotas en la primera carrerita? ¿Tus papás te regañan porque creen que no le echas ganas a la escuela? Deja de sentirte mal, tal vez sólo te faltan las vitaminas y proteínas necesarias para rendir 200% más. Fruti-Licuadazo es la bebida nutri-energética que sí te hace sacar lo mejor de ti. Fruti-Licuadazo contiene las frutas que más te gustan. Desayunando Fruti-Licuadazo aumentas tu energía y vitalidad. Conviértete en tu superhéroe favorito. No más malas calificaciones, aplícate y desayuna Fruti-Licuadazo diario. Recuerda: ¡Fruti-Licuadazo saca lo mejor de ti!

Realidad:

Recuerda que "no todo lo que brilla es oro". Uno de los recursos que utiliza la publicidad es la exageración; sin embargo, cuando la publicidad se dirige a niños y niñas debe ser mucho más cuidadosa, pues por sus características cognoscitivas éstos son mucho más sensibles y propensos a ser engañados que un adulto. Es por ello que, si un anuncio promete a un niño ayudarle a sacar mejores calificaciones y convertirse en un superhéroe, podría ser engañoso por inducir al error o confusión. En México, además de la LFPC, el Código PABI también protege a los niños y niñas contra este tipo de abusos.

Jugos envasados de fru con todas las de la ley

Se han convertido en una opción muy popular entre millones de mexicanos que buscan empezar su día a día con una bebida que, además de refrescar, aporte energía y deje un buen sabor de boca. Sin embargo, ¿podrías "meter las manos al fuego" por tu marca de jugo de fruta favorito? Descubre si tu jugo favorito puede decirse "de fruta" con todas las de la ley, o debería ser puesto tras las rejas por engañoso.

¿Te has preguntado si el jugo que compras en el súper está hecho únicamente de fruta, como se promociona en su etiqueta? Por fortuna existen métodos para averiguarlo, mismos que el Laboratorio Profeco ha utilizado en la realización de este estudio, para saber si los jugos envasados disponibles en el mercado son o no realmente "jugos de fruta".

Quizá, al revisar los resultados del presente estudio de calidad, te cueste un poco de trabajo creer que en algún momento el mercado de "jugos de fruta envasados" fue un auténtico desorden, donde la constante parecían ser los jugos con azúcares añadidos; es decir, distintos a los que poseen las frutas naturalmente.

Se debió trabajar afanosamente por casi 10 años para desarrollar una Norma Oficial Mexicana que pusiera orden en esta sección del supermercado.

uta,

Una NOM para meter orden

Las Normas Oficiales Mexicanas son como el oxígeno. Únicamente reparamos en ellas cuando nos hacen falta. Y para muestra basta un... ¿vasito de jugo de naranja?

Por muchos años, la ausencia de una NOM que "metiera orden" al competitivo mercado de los jugos de fruta preenvasados servía de pretexto a los fabricantes para vender al consumidor productos adulterados; es decir, añadidos con azúcares ajenos a los que contienen las frutas naturalmente. Así, los consumidores éramos los más afectados, no sólo en nuestros bolsillos, sino también en nuestro derecho a la información.

¿Crees que exageramos? Piénsalo dos veces

Al no existir especificaciones técnicas precisas sobre qué podía –y qué no– ser considerado como un "jugo de fruta", cualquier bebida, sin importar su contenido de fruta, podía hacerse pasar como tal.

Y no sólo eso, también se anunciaban como "100% natural" a pesar de tener añadidos como edulcorantes, acidulantes y conservadores; o peor aún, teniendo cantidades mínimas de fruta.

En los años 2002 y 2006, el Laboratorio Profeco publicó, en la **Revista del Consumidor,** estudios de calidad de bebidas que se hacían llamar "jugos de fruta" pero que, tras ser sometidos a análisis, su contenido dejaba mucho que desear. En el número 309, correspondiente a la edición de noviembre de 2002, el Laboratorio reportó que:

- De las 12 marcas de jugo de naranja analizadas, ocho estaban por debajo de los 10 grados brix[i] que exigen las normas internacionales para ser consideradas jugo de esta fruta.
- De las seis marcas de jugo de toronja analizadas, cuatro estaban por debajo de los 9 grados brix que exigen las normas internacionales para ser consideradas jugo de toronja.
- De 13 marcas de jugo de manzana, ocho estaban por debajo de los 10 grados brix que exigen las normas internacionales para ser considerados como un jugo de dicha fruta.

En resumen, más de la mitad de las 31 marcas analizadas en 2002 no podían ser consideradas jugo de fruta porque, si de algo adolecían, era, precisamente, de tener fruta[1]. En 2006 se repitió el estudio, sin embargo, el panorama no cambió mucho (más bien, empeoró). En el número 354, del mes de agosto de dicho año, el Laboratorio encontró que:

- De las 44 marcas analizadas, 70% de los jugos sustituía parte de la fruta por azúcares de otro origen.
- De las cinco marcas de jugo de toronja analizadas, cuatro fueron calificadas como "pobres" en el rubro de evaluación global, por tener menos de 10 grados brix[ii].
- De las 10 marcas de jugo de uva examinadas, ocho fueron calificadas en rubro de evaluación global con "Pobre" y dos con "Regular", por no alcanzar los 16 grados brix.
- De las 15 marcas de jugo de naranja evaluadas, tres se calificaron con "Regular" y siete con "Pobre", por estar debajo de los 10 grados brix.
- De las 14 marcas de jugo de manzana analizadas, una fue calificada en la evaluación global con "Regular" y nueve con "Pobre", por tampoco alcanzar los 10 grados brix.
- También se encontró que, a pesar de que numerosas marcas se anunciaban como "adicionadas con vitamina C", varias ni siquiera alcanzaban la cantidad que contiene un jugo exprimido en casa[2].

En el mismo número donde se publicó el estudio de calidad de jugos realizado en 2006, se enfatiza y reitera la necesidad de una NOM que corrija el desorden y evite los abusos que estaban originándose en este "territorio comanche". "A la luz de los resul-

[i] Grado brix: medida que determina el contenido de sólidos solubles de fruta.
[ii] Tal y como la marcaba la normatividad nacional NMX F-018.

Ficha técnica

Periodo de muestreo:
28 a 30 de marzo y 18 a 19 de abril de 2012

Periodo de análisis:
9 de abril a 8 de mayo de 2012

Número de pruebas efectuadas:
1152

Número de marcas analizadas:
28

tados del presente estudio (peores que los de hace cuatro años), **Profeco** insiste una vez más en su demanda: es indispensable una Norma Oficial Mexicana"[3].

La publicación de la Norma Oficial Mexicana NOM-173-SCFI-2009 en el Diario Oficial de la Federación el 28 de agosto de 2009[4], logró zanjar todo tipo de disputa en este tipo de bebidas. De acuerdo con ella, para que un producto pueda ser considerado como un "jugo de fruta", no debe contener azúcares o acidulantes añadidos. De igual forma, en su etiquetado deberá especificarse si se trata de un "jugo de fruta", "jugo de fruta concentrado" o, incluso, si contiene una mezcla de dos o más frutas, diferenciándose así de otras bebidas similares, como el néctar. Éste, a pesar de ser un producto consumido a grandes volúmenes, hasta el momento sigue sin ser regulado por una norma[iii], posibilitando numerosos abusos por parte de las empresas.

Ahora sí, ¿sabes si tu bebida envasada es un jugo de fruta "con todas las de la ley"?

El estudio

Por tercera ocasión, el Laboratorio Profeco se entregó a la tarea de analizar y verificar el contenido de 28 marcas de jugo de naranja, uva y manzana, comercializadas en todo nuestro territorio.

En todos los productos que conformaron la muestra:

- Se determinó el porcentaje de fruta y origen de los azúcares que los componen.
- Se constató la ausencia de conservadores (tales como: ácido sórbico y benzoico), ya que la norma prohíbe su adición.
- Se verificó el contenido de vitamina C, mismo que la mayoría de los productos objeto del estudio declara en su etiquetado.
- Se midió el contenido de azúcares totales y se calculó su aporte calórico.
- Se corroboró que el contenido neto real correspondiera al valor declarado en su etiqueta tomando en consideración las tolerancias permitidas por la NOM-002-SCFI-1993.
- Se calculó el costo por 200 mililitros de producto, que, aunque no es un parámetro de evaluación, es información muy útil para los consumidores.
- Se revisó que la información comercial ostentada en la etiqueta de los productos, reuniera los requisitos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. También que fuera veraz y no indujera al error con respecto a la naturaleza y características del producto.

[iii] Actualmente se está desarrollando un método de verificación del contenido de fruta de los néctares para ser incluido en una NOM.

Jugo de manzana

	Marca/ Denominación/ Procedencia/ Presentación	Información al consumidor	Contenido de azúcares propios de la fruta (g/200 ml) Declarado/Verificado	Aporte calórico por el contenido de azúcares (kcal/200 ml) (Verificado)	Vitamina C (mg/200 ml)	Costo por 200 ml del producto ($)
	Jumex Mi Primer Jugo/Jugo de manzana orgánico/ México/180 ml	Completa	24/20	80	No presenta	9.70
	Golden Hills/Jugo de manzana/ México/ 1 l, 200 ml	Completa	18/22	88	39	2.60 (Presentación 1 l) 3.50 (Presentación 200 ml)
	Herdez/Jugo de manzana/México/1 l	Completa	22/22	88	No presenta	3.40
	Great Value/Jugo de manzana/ México/1 l	Completa	20/22	88	49	2.40
	Selecto Brand/ Jugo de manzana/ México/1 l	Completa	20/22	88	51	2.60
	Treetop/Jugo de manzana/México/ 1 l, 200 ml	Completa	22/22	88	No presenta	3.60 (Presentación 1 l) 5.00 (Presentación 200 ml)
	Jumex/Jugo de manzana/ México/450 ml y 1 l	En la presentación de un litro se encontró producto hasta con 1.7% menos del contenido neto declarado.	24/23	92	No presenta	3.00
	Del Valle Reserva/ Jugo 100 % de manzana/ México/1 l	Completa	24/23	92	No presenta	4.20
	Great Value/Jugo de manzana adicionado con vitamina C/ México/200 ml	Tiene menos vitamina C de la que declara.	20/23	92	22	3.50
	Sart Juice/Jugo de manzana 100% orgánico/ Turquía/250 ml	No declara la información nutrimental conforme a la norma.	No declara/24	96	No presenta	18.40
	Aires del Campo/ Jugo de manzana/ México/750 ml	Se encontró producto hasta con 2.1% menos del contenido neto declarado.	22/25	100	4	9.80
	Mansanísima/Jugo de manzana/México/ 350 ml, 250 ml	Declara vitamina C y no la contiene.	22/25	100	No presenta	8.30 (Presentación 350 ml) 6.00 (Presentación 250 ml)
	Campo Vivo/Jugo de manzana orgánico/ No indica/250 ml	No declara país de origen ni información nutrimental conforme a la norma, y tiene menos vitamina C de la que declara.	Su composición entre lotes no es homogénea, el contenido de azúcares varió de 26 a 40.	Su composición entre lotes no es homogénea, su aporte calórico varió de 104 a 160.	2	15.10

Para ser considerado como un "jugo de fruta", no puede contener azúcares o acidulantes añadidos

Jugo de naranja

	Marca/ Denominación/ Procedencia/ Presentación	Información al consumidor	Contenido de azúcares propios de la fruta (g/200 ml) Declarado/ Verificado	Aporte calórico por el contenido de azúcares (kcal/200 ml) (Verificado)	Vitamina C (mg/200 ml)	Costo por 200 ml del producto ($)
	Del Valle/Jugo de naranja/México/ 1 l, 250 ml	Completa	22/18	72	129	2.60 (Presentación 1 l) 5.40 (Presentación 250 ml)
	Florida's Natural/ Jugo de naranja/ Estados Unidos/1.75 l	Completa	18/19	76	62	7.20
	Selecto Brand/ Jugo de naranja/ México/1 L	Completa	20/20	80	90	2.60
	Jumex Único Fresco/Jugo de naranja con pulpa/México/ 500 ml	Completa	22/20	80	96	5.40
	Jumex Único Fresco/Jugo de naranja con pulpa súper premium/ México/1 l	Completa	16/20	80	102	4.80
	Golden Hills/Jugo de naranja/México/ 1 l, 200 ml	Completa	20/20	80	76	2.60 (Presentación 1 l) 3.50 (Presentación 200 ml)
	Herdez/Jugo de naranja/México/ 1 l	Completa	20/20	80	77	3.40
	Great Value/Jugo de naranja adicionado con vitamina C/ México/1 l, 200 ml	Completa	20/20	80	81	2.40 (Presentación 1 l) 3.50 (Presentación 200 ml)
	Great Value/Jugo de naranja/ México/1 l	Completa	20/20	80	87	2.40
	Natural'es Lala/ Jugo de naranja 100%/México/ 250 ml y 1 l	En la presentación de un litro se encontró producto hasta con 2.7% menos del contenido neto declarado.	20/23	92	121	3.60

Jugo de uva

	Marca/ Denominación/ Procedencia/ Presentación	Información al consumidor	Contenido de azúcares propios de la fruta (g/200 ml) Declarado/ Verificado	Aporte calórico por el contenido de azúcares (kcal/200 ml (Verificado)	Vitamina C (mg/200 ml)	Costo por 200 ml del producto ($)
	Golden Hills/Jugo de uva/México/1 l	Completa	26/32	128	De 32 a 50	2.60
	Great Value/Jugo de uva adicionado con vitamina C/ México/1 l, 200 ml	Se encontraron jugos de200 ml en los que la información nutrimental no se declara conforme a la norma.(1)	32/32 (2)	128	De 32 a 46	3.50 (Presentación 200 ml) 2.40 (Presentación 1l)
	Herdez/Jugo de uva/México/200 ml, 1l	Completa	28/32	128	No presenta	4.90 (Presentación 200 ml) 3.40 (Presentación 1l)
	Jumex/Jugo de uva/México/450 ml	Completa	34/32	128	No presenta	3.40
	Selecto Brand/ Jugo de uva/ México/1 l	Completa	32/32	128	58	2.60

(1) Existen en el mercado presentaciones que ya ostentan su etiquetado de acuerdo con la normatividad vigente (NOM-051-SCFI/SSA-2010).
(2) El contenido de azúcar declarado corresponde a la presentación de 1 l.

Normatividad

Como podrás ver, para el diseño y realización del estudio se tomó en cuenta la normatividad vigente que, además de indicarnos qué es (y que no) un "jugo de fruta", estipula la información que deben proveernos los fabricantes en el etiquetado, entre otros aspectos que buscan garantizar nuestra salud y derechos como consumidores.

- **NOM-002-SCFI-1993.**

Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.

- **NOM-051-SCFI/SSA1-2010.**

Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Información comercial y sanitaria.

- **NOM-086-SSA1-1994.**

Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales.

- **NOM-173-SCFI-2009.**

Jugos de frutas preenvasados-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba.

- **Reglamento de control sanitario de productos y servicios.**

Recomendaciones de compra

Del campo a tu casa hay un trecho muy largo. Por ello, antes de comprar cualquier producto envasado fíjate en:

- El empaque (lata, plástico o Tetra Brik), no debe estar abierto, maltratado o abombado. Tampoco cercano a su fecha de caducidad.

- No debe poseer azúcares o edulcorantes añadidos. Recuerda que la norma vigente los ha prohibido en estos productos.

- Toma en cuenta que los azúcares naturales de estos productos (como fructosa o sacarosa) se convertirán en aporte energético. Esto es, en calorías. Por ello, debes moderar su ingesta dependiendo de tu salud.

Resultados lo que encontramos

Son cumplidores. A diferencia de años anteriores, en esta ocasión los 28 productos analizados cumplieron a cabalidad con lo exigido por la NOM-173-SCFI-2009. Es decir que, "con todas las de la ley", pueden ser considerados como jugos de fruta.

Desviación tolerable. ¿Notaste variaciones entre los azúcares declarados en las etiquetas y los resultados del Laboratorio? En esta clase de productos la cantidad de azúcares varía según la especie, estado de maduración y temporada de recolección de la fruta.

Les falta vitamina. De las 28 marcas analizadas, tres presentaron desviaciones notables respecto de la cantidad de vitamina C declarada en su empaque. Se trata de los jugos de manzana **Mansanísima**, **Great Value** y **Campo Vivo**.

Se quedan cortos. También fueron tres marcas las que dieron la "mala nota" en el rubro de contenido neto, rebasando la tolerancia establecida en la NOM-002-SCFI-1993. Se trata de los jugos de manzana **Jumex** (presentación de un litro) y **Aires del Campo**, así como el de naranja **Natural's Lala** (presentación de un litro).

No saben presentarse. Las etiquetas, además de ser la carta de presentación que los productos (y productores) ofrecen a los consumidores, también son mecanismos que garantizan nuestro derecho a la información. De ahí que el incumplimiento de la norma NOM-051-SCFI/SSA1-2010 –donde se estipulan especificaciones generales del etiquetado, información comercial y sanitaria– sea un hecho grave. Las marcas de jugos de manzana orgánico **Campo Vivo**, 100% orgánico **Smart Juice** y el de uva adicionado con vitamina C **Great Value** (presentación de 200 mililitros) no incluyeron la cantidad de azúcar, grasa saturada y fibra dietética que los componen. Cabe subrayar que la presentación antes mencionada de **Campo Vivo** tampoco ostenta alguna leyenda que identifique su país de origen.

Jugos: ¿se pasan de dulces?

Seguramente has escuchado que: "mucho de algo bueno es malo". Los jugos –preenvasados o no–, contienen entre sus nutrientes una cantidad significativa de azúcares que, aunque presentes de forma natural en la fruta, pueden resultar contraproducentes para tu dieta[5].

De acuerdo con el artículo "Consumo de bebidas para una vida saludable: recomendaciones para la población mexicana", publicado por el Instituto de Salud Pública de México, no es aconsejable consumir más de medio vaso de jugo de naranja al día[6]. ¿Te sorprende? Piénsalo dos veces.

Para obtener un vaso de jugo de naranja –como el que sirven en restaurantes–, se necesitan exprimir en promedio tres naranjas. El resultado es una bebida de hasta 112 kilocalorías que, "de golpe", entran a nuestro cuerpo y lo obligan a trabajar más rápido para procesar tal cantidad de azúcar.

Una cuestión muy distinta sucede cuando comemos la fruta. Además de que la energía que contiene se "libera" de manera más lenta, permitiendo que se aproveche mejor y no sea almacenada tan rápido, también obtienes toda la fibra y vitaminas que, por lo general, se quedan en la pulpa y cáscara que desechamos al hacernos un jugo.

Recuerda que no por carecer de edulcorantes artificiales o azúcares añadidos esta bebida está exenta de aportarte energía que, si no se utiliza, terminará por almacenarse en forma de grasa corporal.

Referencias:

[1] Profeco. (2002). "El Laboratorio Profeco reporta: Jugos envasados". *Revistal del Consumidor*. No. 309. México: Profeco.

[2] Profeceo. (2006). "El Laboratorio Profeco reporta: Jugos envasados". *Revista del Consumidor*. No. 354. México: Profeco.

[3] Profeco. (2006). "Jugos envasados, en resumen: El árbol del bien y el mal". *Revista del Consumidor*. México: Profeco. 37-38.

[4] Secretaría de Economía. (18 de febrero de 2010). "NORMA Oficial Mexicana NOM-173-SCFI-2009, Jugos de frutas preenvasados-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba". En http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/wp-content/uploads/2012/03/NOM-173-SCFI-2009-con-modificacion.pdf (Consultado el 22 de mayo de 2012).

[5] *Clarín*. (10 de noviembre de 2009). "Los jugos de frutas naturales engordan como las gaseosas". En http://www.clarin.com/diario/2009/11/10/sociedad/s-02037484.htm (Consultado el 30 de mayo de 2012).

[6] Rivera, Juan A. (2008). "Consumo de bebidas para una vida saludable: recomendaciones para la población mexicana". En *Salud Pública de México*. Vol. 50, No. 2, marzo-abril. En: http://www.slan.org.mx/docs/bebidas_artic.pdf (Consultado el 28 de mayo de 2012).

Estudio de calidad

Ropa interior a prueba de Niños

El final de las vacaciones implica, además de volver a la rutina, prepararse para las compras del regreso a clases, las inscripciones, la colegiatura, los útiles escolares... y, por supuesto, reponer la ropa que tus pequeños, al crecer, dejan atrás. Entérate aquí de cuáles prendas aguantarán el ritmo escolar y cuáles reprobarán el curso de calidad.

La vuelta a las aulas trae sentimientos encontrados: para los pequeños, la pesadumbre de despedirse de las vacaciones, tener que volver a levantarse temprano y sustituir las tardes de juego por los deberes escolares. Pero también experimentan la alegría de reencontrarse con los amigos, el suspenso de conocer a quienes serán sus nuevos maestros y compañeros, además de la inolvidable emoción que da estrenar cuadernos, lápices y libros.

Sin embargo, como padre o madre de familia puede que no te resulte tan divertido, pues lo que tú enfrentas es un gasto importante que, de no planearse adecuadamente, puede afectar seriamente las finanzas familiares o el desempeño escolar de tus hijos. Además de inscripciones y colegiaturas, hay una interminable lista de artículos que se necesitan para el nuevo ciclo escolar. Entre ellos, uniformes y ropa interior, pues los niños están en constante crecimiento y te encuentras con que las prendas que utilizaron el año pasado ya no les servirán para éste.

Antes de decidirse por estrenar hay que pasar por ese viejo ritual familiar que consiste en vaciar cajones para identificar qué puede reutilizarse o "heredarse" a hermanos o parientes menores: como zapatos, tenis, pantalones, vestidos, uniformes y hasta cuadernos o libros. Pero esto difícilmente se aplica en el caso de la ropa interior, por lo que no queda de otra más que reponerla. En el presente estudio de calidad encontrarás algunos consejos que te facilitarán la elección de las mejores prendas y harán rendir tu presupuesto.

Debido a la dificultad que puede suponerle a cualquier persona determinar, ante la extensa diversidad de marcas y modelos de ropa interior para niños y niñas, cuáles ofrecen mejor calidad (y por ello, mayor durabilidad), el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se dio a la tarea de analizar varias marcas de las tres prendas básicas: camisetas, calcetines y trusas para niño; camisetas, calcetas y pantaletas para niña, que se encuentran en las principales tiendas departamentales y de autoservicio del país.

El estudio se centra en la ropa interior para niños y niñas, enfocado principalmente en el regreso a clases. También aborda, en parte, las fibras con las que se confeccionan estas prendas, entre ellas el algodón que, de todas las fibras naturales, es una de las que proporciona mayor confort al permitirle al cuerpo transpirar de forma natural, pero dando protección a las partes del cuerpo que cubre. Por ello, la ropa interior generalmente es de algodón o mezclas de éste con alguna otra fibra sintética, con predominio del primero. El poliéster, por ejemplo, brinda mayor resistencia y, con ello, durabilidad. En el caso de los calcetines o calcetas, se incluyen otras fibras sintéticas como acrílico, la poliamida (conocido como nailon®), el polipropileno, el elastano[1] y el elastodieno (caucho natural o sintético), que se utilizan en la zona del elástico.

La norma que regula a estos productos determina que en la etiqueta deben describirse, por orden de predominio, todas las fibras que se involucran en la confección de la prenda para que tú, como consumidor, tomes la decisión de cuál adquirir, ya que algunas fibras pueden provocar alergias.

Al final de cuentas esto es, básicamente, lo que se espera de una prenda interior: protección, confort y durabilidad.

Como verás en los resultados, existen diferencias entre estos productos, por lo que vale la pena que te tomes un tiempo para comparar y decidir con base en tus necesidades y presupuesto, y así no tengas que lamentar una compra apresurada o mal calculada que no responda a lo que tus hijos requieren para su buen desempeño escolar.

[1] Conocido comercialmente como LYCRA® nombre que le dio la empresa DuPont a su invención en 1959.

EL ESTUDIO

Se analizaron, en total, 85 prendas de 27 marcas de ropa interior, talla 6 (36 de niño, 49 de niña), confeccionadas en telas de algodón al 100%, mezclas con otras fibras y fibras sintéticas, como en el caso de la calcetería, que se comercializa en tiendas de autoservicio o departamentales en todo el país. Evaluamos:

Información al consumidor. Se verificó que tanto el etiquetado permanente y su empaque (en el caso de los artículos que no presentan el primero) mostraran –de forma clara, legible y en español– la información requerida en la normatividad nacional vigente, como:

- Marca comercial
- Descripción de insumos por orden de predominio
- Talla
- Instrucciones de cuidado
- País de origen
- Nombre y domicilio fiscal del fabricante o importador

Acabados en tela y confección. Se verificó que no presentaran defectos detectables a simple vista, como manchas o decoloración, y que el tejido fuera homogéneo sin fallas como agujeros, nudos o motas. También se constató que las costuras tuvieran un número de puntadas uniforme sin fruncidos, ondulaciones o deformaciones provocados por un mal corte de la tela. También nos fijamos en que todas las partes que forman la prenda mostraran una simetría adecuada.

Correspondencia dimensional y ajuste. Nos aseguramos, cinta métrica en mano, de que las dimensiones de cada prenda coincidieran con lo especificado por el fabricante. En aquellas que no incluyen esta información verificamos que presentaran consistencia en su diseño, comparándolas, además, con la media dimensional obtenida de las demás prendas. En calcetines y calcetas se midió el largo de la planta relajada y estirada, además de la circunferencia del elástico relajado y estirado; en pantaletas y trusas, la cintura de forma relajada y estirada, y la circunferencia de piernas.

Identificación y contenido de fibras. Identificamos el tipo y porcentajes de fibras con las que está confeccionada cada prenda de la muestra; además, te indicamos si coincide con lo que declaran en su etiqueta. Se tomó como regla que los porcentajes de fibras encontrados iguales o mayores a 2.51% o 7.51% se redondearían al primer múltiplo de cinco

Ficha técnica

Periodo de análisis
22 de febrero al 10 de mayo de 2012

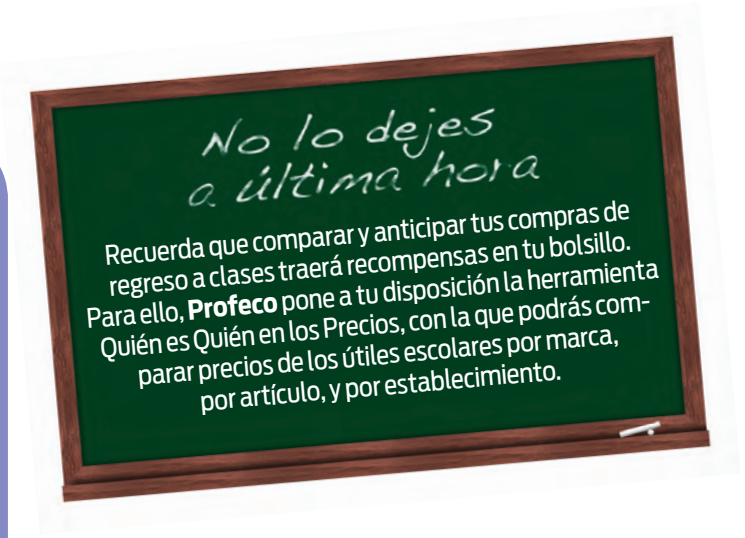
Periodo de muestreo
20 de febrero al 26 de abril de 2012

27/85
Marcas/modelos analizados

5242
Pruebas realizadas

inmediato superior, respectivamente, es decir, 2.51% sube a 5% y 7.51% sube a 10%, ya que comercialmente las telas se conocen por su descripción de insumos en múltiplos de cinco (por ejemplo, 50% algodón / 50% poliéster).

Peso de la tela. Se determinó la masa por unidad de área (1 m²) de la tela con que están confeccionadas las prendas, para conocer qué tan ligero o pesado puede ser el tejido. Consideramos "Ligeras" a aquellas prendas con una tela de confección inferior a 176 g/m²; "Medianas" a las que se hallaron entre 177 y 210 g/m², y "Pesadas" a las que presentaron una tela de confección superior a los 210 g/m².



Cambio dimensional por efectos del lavado. Se midió qué tanto se encoje o estira la prenda, tanto longitudinal como transversalmente, después de ser sometida a varias lavadas. Consideramos que no cumplen la prueba aquellas prendas que sufrieron una variación de 2% (es decir, que se alargaron o acortaron en ese porcentaje).[2]

Resistencia a la decoloración. Se cuantificó el grado de decoloración (en prendas de color) o el amarillamiento (en las blancas) que sufren las prendas por la exposición al sol durante su secado o uso. El resultado de "No perceptible" se aplica en los casos en los que el color no sufrió cambio alguno; "Apenas perceptible", cuando la decoloración sólo pudo notarse al compararla con otra prenda de color original; y "Perceptible" cuando la degradación del color es notoria a simple vista.

Durabilidad. Este rubro se refiere a la durabilidad de cada prenda; mediante varias pruebas, se determinó:

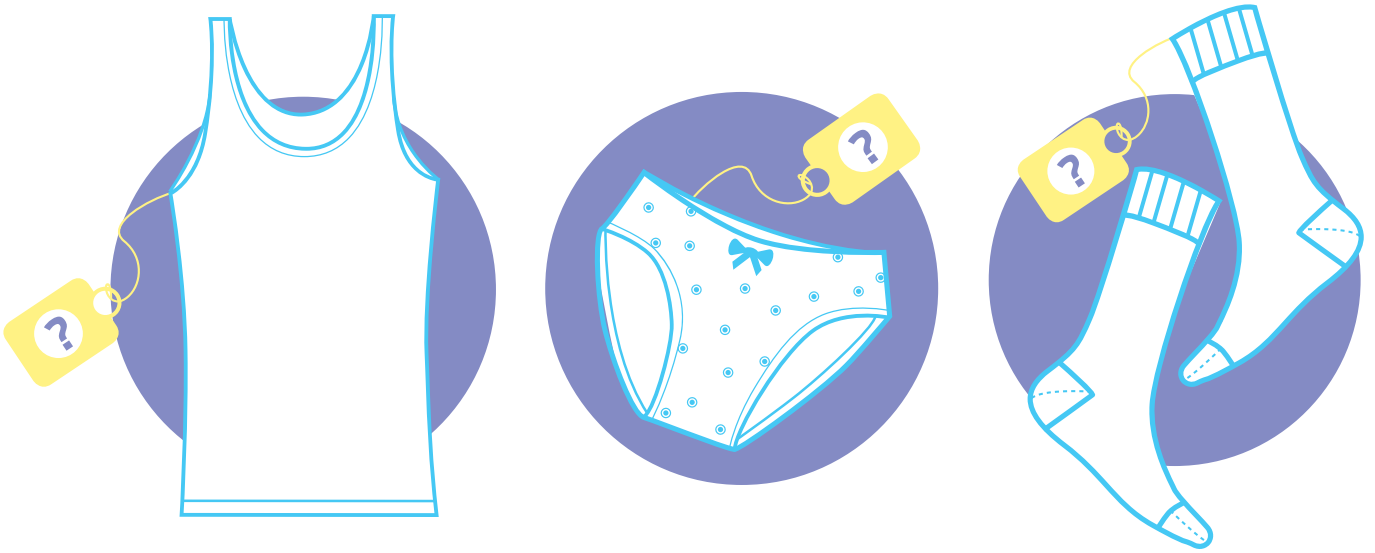
- **Reventamiento.** En camisetas, trusas y pantaletas se determinó la resistencia a los esfuerzos a que se ve sometido el tejido de punto. Se le dio la calificación de "Excelente" a aquellas que resistieron más de 1000 kilopascales (kPa), "Muy Buena" a las que presentaron una resistencia de 670 a 999 kPa, y "Buena" a los valores de resistencia inferiores a 670 kPa. En el caso de calcetas y calcetines, se calificó como "Excelente" a los que resistieron más de 1450 kPa, "Muy Buena" de 1201 a 1450 kPa, "Buena" de 900 a 1200 kPa, y "Regular" a los que resistieron hasta 900 kPa.

- **Formación de frisas**. Sólo en camisetas, trusas y pantaletas se determinó la resistencia a la formación de borlitas que aparecen por acción de la fricción (con otra tela o con el mismo cuerpo humano).

- **Abrasión.** En las calcetas y calcetines se midió el desgaste que sufren por efecto de la fricción, sobre todo en la parte del talón con el interior del calzado. Calificamos una pérdida de masa inferior a 0.06 g como "Excelente", de 0.07 a 0.14 g como "Muy Bueno", y la superior a 0.15 g como "Regular".

[2] La construcción del punto y el tipo de fibras involucradas, influyen directamente en el cambio dimensional; por lo que no en todos los casos la variación puede ser igual de severa.

¿QUÉ ENCONTRAMOS?



Cero en información

Algunas prendas no presentan la información al consumidor completa, por ejemplo, las especificaciones de lavado, de secado o ambas. Otras hasta entran en contradicciones al incluir, por ejemplo, el símbolo de lavar a mano en su etiqueta permanente, e inmediatamente después el de no lavar (con agua). Esta información confusa o ausente impide un correcto mantenimiento del producto para prolongar su vida útil.

El roto para el descosido

Se encontraron varios problemas en las costuras de algunas piezas, por lo que te recomendamos siempre verificar la firmeza de las uniones y, en general, los acabados, antes de adquirir las prendas.

Las "multidimensionales"

En algunas camisetas, tanto de niño como de niña, varían las dimensiones de la circunferencia del cuello. En la camiseta para niño marca Bambi, modelo 27, también se encontró que la longitud no es igual en todas las muestras. ¿Qué significa esto? Que si adquieres dos prendas aparentemente iguales, es muy probable que una sea más corta que la otra.

- Este mismo aspecto se encontró en algunas trusas y pantaletas, pues las dimensiones de la circunferencia de piernas y en cintura varían de una muestra a otra. Las que más incurrieron en este problema son las pantaletas Bambi, modelo 370, y Baby Smart, modelo 3002. Conviene resaltar que, en el caso de las trusas, la única que presentó elástico en la circunferencia de piernas es el modelo 75671 de la marca Skiny Kid's.

- En la identificación y contenido de fibras, aunque la norma de referencia permite una variación hasta de 3% del valor declarado sin que se considere grave, hay algunos productos que rebasan esa tolerancia:

Normatividad

NOM-004-SCFI-1996. Información comercial – Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa.

Normas mexicanas de la serie A aplicables al producto

NMX-A-215-INNTEX-2009. Industria textil – Tejido de punto – Artículos de calcetería (Calcetas, calcetines, tobilleras y calcetines deportivos) – Especificaciones.

Metodologías internas del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

• En las camisetas para niño el modelo 343–300 de la marca Olympia Baby alcanzó casi 5% de variación en los insumos declarados.

LA INFORMACIÓN CONFUSA O AUSENTE IMPIDE UN CORRECTO MANTENIMIENTO DEL PRODUCTO PARA PROLONGAR SU VIDA ÚTIL

• El modelo 867505BLA06 de la marca Jim declara que es 95% algodón y 5% elastano, pero en realidad es 100% algodón.

• El modelo 1028 de la marca Ninety Eight declara que es 100% algodón, pero en realidad es 50% algodón / 50% poliéster.

• En camisetas para niña se encontró que el modelo 310 de la marca Olympia Baby alcanzó casi el 5% de variación en los insumos declarados.

• Los modelos 269303 y 2001 azul de Baby Smart y 951 de Yossi declaran que son 50% poliéster / 50% algodón, pero en realidad son 70/30, 65/35, respectivamente, y 100% algodón.

• El modelo 874423BLA06 de Miss declara que es 80% algodón / 20% spandex® (elastano), pero en realidad es 100% algodón.

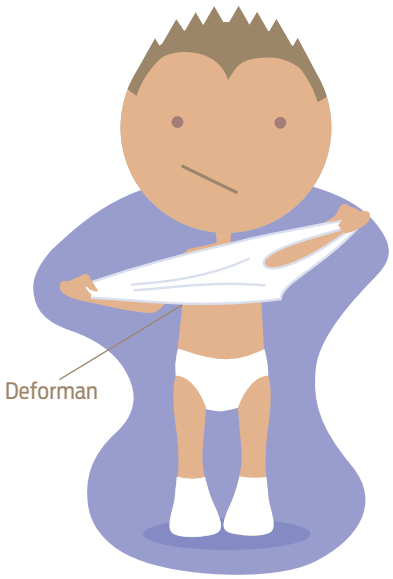
• En trusas encontramos que algunas marcas sólo declaran el contenido de los insumos presentes en el cuerpo de la prenda (base); y otras no incluyen, o no de forma específica, el contenido de los insumos presentes también en el elástico. Calvin Klein Underwear modelo U7079KJR4 declara que es 95% algodón y 5% elastano, y en realidad el cuerpo es de tela 100% algodón.

• El que no cumplió en nada con lo declarado fue Weekend G809K0438, pues indica que es 100% algodón y en realidad es 50% algodón / 50% poliéster.

• En pantaletas se detectó que ninguna declara los insumos contenidos en el elástico y cuatro de ellas no cumplen con el contenido de insumos declarados en su etiquetado: Bambi 370 y Baby Smart 3002 declaran que son 50% poliéster / 50% algodón, y en realidad son 65/35; Miss 616320BLA06 declara que es 80% algodón / 20% spandex® (elastano), cuando es 100% algodón; y la 616320BLA06 declara 100% algodón, pero en realidad es 50% poliéster / 50% algodón.

Pesos pesados

Encontramos sensibles variaciones en este rubro. Revisa las tablas para saber cuáles son las prendas más ligeras.



Las que se encogen

Gran parte de la muestra sufrió modificaciones después del lavado –literalmente, se encogen o se alargan– cuestión relacionada directamente con la calidad. Fíjate en las tablas cuáles sí pasaron la prueba.

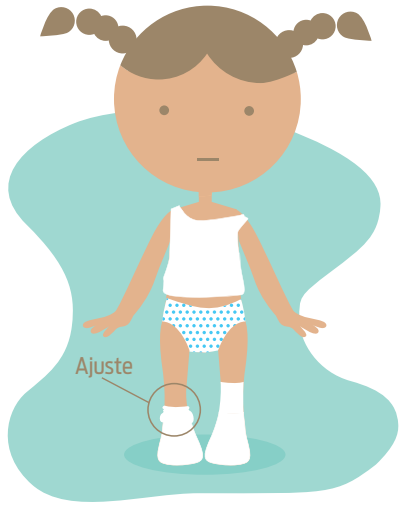
El sol les hace los mandados

En lo referente a la decoloración sufrida por efecto de la luz del sol durante su uso o mantenimiento (secado), detectamos que el cambio fue mínimo y, en algunos casos, apenas perceptible.

No todas aguantan lo mismo

En la cuantificación de la resistencia a los esfuerzos a que se ve sometido el tejido de punto con el cual están confeccionadas las prendas analizadas, se encontró que en algunos casos la resistencia del delantero de las prendas era diferente a la encontrada en su parte posterior. Ello significa que el tejido no es homogéneo en ambas partes.

La mayoría de las prendas calificó de "Muy Bien" a "Excelente" en cuanto a la resistencia a la formación de frisas, a excepción de los modelos de camiseta para niña 269303 y 2001 azul, ambos de la marca Baby Smart, que se calificaron como "Bien" en esta prueba.



En calcetines no se detectaron problemas de ajuste, pero los modelos de calcetas Pido Mano modelo 217291 y Skinmed 155 no aprobaron esta evaluación.

A la mayoría de calcetas y calcetines les fue bien en la prueba de resistencia a la fricción (abrasión), menos a las calcetas Jennifer modelo 3201 y a los calcetines Jeanious Company modelo 450-6, que tuvieron un desempeño regular.

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por **Profeco** pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

Camisetas para niño

	Yossi 065-240 / talla 6	Doguito 052-3200 / talla 6	Hanes B323-C01 / talla 6-8	Skiny Kid's 75669 / talla 6
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa
Acabados	MB (d)	E	E	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☑	☑	☑	☑
Identificación y contenido de fibras	50% PES / 50% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑
Peso de la tela	**Pesado**	**Pesado**	Mediano	Mediano
Cambio dimensional	☑	☑	☑	☑
Decoloración por luz	No perceptible	Apenas perceptible	No perceptible	No perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**E**	**E**	**MB**	**MB**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**E**	**E**	**E**

	Optima 32220 / talla 6	Pic 100 / talla 6	Fruit of the Loom 501B Contour fit / talla 6-8	Linn by Diacar Sin modelo
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Incompleta (1)
Acabados	E	E	E	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☑	☑	☑	☑
Identificación y contenido de fibras	100% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑
Peso de la tela	Ligero	Ligero	Ligero	Ligero
Cambio dimensional	☒ (C, D)	☒ (C, D)	☒ (C)	☒ (D)
Decoloración por luz	Apenas perceptible	Apenas perceptible	Apenas perceptible	Apenas perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**MB**	**MB**	**B**	**MB**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**E**	**E**	**E**

Simbología **E** = Excelente **MB** = Muy Bueno **B** = Bueno **R** = Regular **Cumple** ☑ **No cumple** ☒

Jim 876504BLA06 / talla 6	**Bambi** 27 / talla 6	**Creysi Boy** I00056BBC06A / talla 6	**Weekend** g809k0439 / talla 4-6	**Jim** 867505BLA06 / talla 6
Incompleta (1)	Completa	Incompleta (1)	Completa	Incompleta (1)
E	E	MB (a)	E	E
☑	☒ (A, B)	☑	☑	☑
100% CO ☑	50% PES / 50% CO ☑	Cuerpo: 85% CO / 15% PA; bies: 100% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☒
Mediano	**Pesado**	**Pesado**	Ligero	Mediano
☑	☑	☑	☒ (E)	☑
No perceptible	No perceptible	Apenas perceptible	No perceptible	No perceptible
MB	**E**	**MB**	**MB**	**B**
E	**E**	**E**	**E**	**E**

Olympia Baby 343-300 / talla 6	**Ninety Eight** 1028 / talla 6	**Fruit of the Loom** 501B / talla 6-8
Incompleta (2)	Completa	Completa
E	E	E
☒ (A)	☒ (A)	☒ (A)
55% PES / 45% CO ☒	50% PES / 50% CO ☒	100% CO ☑
Pesado	Mediano	Mediano
☑	☑	☒ (C, D)
Apenas perceptible	No perceptible	Apenas perceptible
E	**MB**	**B**
E	**E**	**E**

Acabados
a) Prendas con manchas
d) Barrado

Información al consumidor
1) Falta especificación de lavado
2) Falta especificación de secado

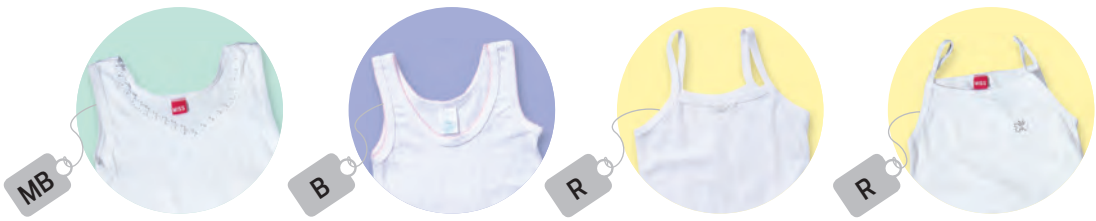
Correspondencia dimensional (Talla)
A) No son consistentes los valores dimensionales en la circunferencia del cuello
B) No son consistentes los valores dimensionales en largo de la prenda

Cambio dimensional
C) Se acorta
D) Se ensancha
E) Se angosta

Terminología de las fibras textiles
CO Algodón
ED Elastodieno
EL Elastano (lycra®, spandex®)
PA Poliamida (nailon®)
PAN Acrílico
PES Poliéster
PP Polipropileno

Camisetas para niña

	Bambi 36 / talla 6	Baby Smart 2001 / talla 6	Skiny Kid's 75220 / talla 6	Yossi 250 / talla 6
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa
Acabados	E	MB (e)	E	MB (f)
Correspondencia dimensional (Talla)	☑	☑	☑	☑
Identificación y contenido de fibras	50% PES / 50% CO ☑	50% PES / 50% CO ☑	100% CO ☑	50% PES / 50% CO ☑
Peso de la tela	**Pesado**	Mediano	Mediano	Mediano
Cambio dimensional	☑	☑	☑	☑
Decoloración por luz	No perceptible	No perceptible	No perceptible	Apenas perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**E**	**E**	**MB**	**E**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**E**	**E**	**E**



	Miss 680123BLA06 / talla 6	Baby Smart 269303 / talla 6	Yossi 951 / talla 6	Miss 874423BLA06 / talla 6
Información al consumidor	Incompleta (1)	Completa	Completa	Incompleta (1, 4)
Acabados	E	E	MB (f)	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☑	☑	☒ (A)	☑
Identificación y contenido de fibras	100% CO ☑	65% PES, 35% CO ☒	100% CO ☒	100% CO ☒
Peso de la tela	Ligero	**Pesado**	Mediano	Mediano
Cambio dimensional	☒ (D)	☑	☒ (C)	☑
Decoloración por luz	No perceptible	Apenas perceptible	No perceptible	Apenas perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**MB**	**MB**	**E**	**MB**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**B**	**E**	**E**

Simbología **E** = Excelente **MB** = Muy Bueno **B** = Bueno **R** = Regular **Cumple** ☑ **No cumple** ☒

Acabados
e) Prendas con sobrantes (hilos)
f) Tensión floja del hilo de costura
h) Costuras onduladas

Información al consumidor
1) Falta especificación de lavado
2) Falta especificación de secado
3) Presenta contradicción en lavado
4) Presenta un doble etiquetado en insumos

Correspondencia dimensional (Talla)
A) No son consistentes los valores dimensionales en la circunferencia del cuello

Cambio dimensional
C) Se acorta
D) Se ensancha

Terminología de las fibras textiles
CO Algodón
EL Elastano (lycra®, spandex®)
PES Poliéster

Olympia Baby Y035 / talla 6	Altesse 11051 / talla 6	Olympia Baby 310 / talla 6	Baby Smart 2001 azul / talla 6	Doguito 2903 / talla 6
Incompleta (2)	Incompleta (3)	Incompleta (2)	Completa	Incompleta (1)
MB (e)	MB (h)	E	E	E
☑	☑	☑	☑	☑
50% PES / 50% CO ☑	100% CO ☑	55% PES, 45% CO ☒	65% PES, 35% CO ☒	100% CO ☑
Mediano	Ligero	**Pesado**	**Pesado**	Mediano
☑	☑	☑	☑	☒ (C, D)
No perceptible	No perceptible	No perceptible	No perceptible	No perceptible
MB	**B**	**E**	**MB**	**MB**
E	**E**	**MB**	**B**	**E**

Trusas para niño

	Yossi 065-220 / talla 6	Olympia Baby 343-700 / talla 6	Bambi 14 / talla 6	Rinbros 3249-C01 / talla 6-8
Información al consumidor	Completa	Incompleta (2)	Completa	Completa
Acabados	E	E	E	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☑	☑	☒ (A)	☑
Identificación y contenido de fibras	50% PES / 50% CO ☑	50% PES / 50% CO ☑	50% PES / 50% CO ☑	Cuerpo: 100% CO; elástico: 91% PES, 9% EL ☑
Peso de la tela	Mediano	**Pesado**	**Pesado**	Ligero
Cambio dimensional	☑	☑	☑	☑
Decoloración por luz	No perceptible	No perceptible	No perceptible	No perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**E**	**E**	**E**	**B**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**E**	**E**	**E**

Trusas para niño (continuación)

	Simply Basic 5619 / talla 6	Fruit of the Loom 801AB / talla 6-8	Skiny Kid's 75671 / talla 6	Calvin Klein Underwear U7079KJR4 / talla 6-7
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa
Acabados	E	E	E	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☒ (B2)	☑	☑	☑
Identificación y contenido de fibras	50% PES / 50% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☒
Peso de la tela	**Mediano**	Ligero	**Mediano**	Ligero
Cambio dimensional	☑	☑	☒ (C)	☑
Decoloración por luz	No perceptible	Apenas perceptible	No perceptible	No perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**E**	**B**	**MB**	**MB**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**E**	**E**	**E**

Pantaletas para niña

	Simply Basic 9129 / talla 6	Yossi 260 / talla 6	Altesse 10150 / talla 6	Bambi 370 / talla 6
Información al consumidor	Completa	Completa	Incompleta (3)	Completa
Acabados	E	MB (f)	E	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☑	☑	☑	☒ (A, B2)
Identificación y contenido de fibras	50% PES / 50% CO ☑	55% CO / 45% PES ☑	100% CO ☑	65% PES / 35% CO ☒
Peso de la tela	**Pesado**	**Pesado**	Ligero	**Mediano**
Cambio dimensional	☑	☑	☑	☑
Decoloración por luz	No perceptible	No perceptible	No perceptible	No perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**E**	**E**	**B**	**E**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**E**	**E**	**E**	**E**

Simbología **E** = Excelente **MB** = Muy Bueno **B** = Bueno **R** = Regular **Cumple** ☑ **No cumple** ☒

	Creysi Boy 100017ABC06A / talla 6	**Creysi Boy** 100018BBC06A / talla 6	**Doguito** 052-8139-1 / talla 6	**Weekend** g809k0438 / talla 6	**Jim** 876704BLA06 / talla 6	**Optima** 39013 / talla 6
	Incompleta (1)	Incompleta (1)	Incompleta (2)	Completa	Incompleta (1)	Completa
	E	E	E	E	E	E
	☑	☑	☑	☒ (B2)	☒ (B1)	☑
	Cuerpo: 100% CO; elástico: 81% PES, 19% EL ☑	Base: 100% CO; elástico: 61% PES, 39% ED ☑	100% CO ☑	50% PES, 50% CO ☒	100% CO ☑	Cuerpo: 100% CO; elástico: 43% ED, 41% PAN, 16% PES ☒ *
	Mediano	**Mediano**	**Mediano**	**Mediano**	**Mediano**	Ligero
	☒ (E, F)	☒ (D)	☒ (C)	☑	☒ (C)	☒ (C)
	No perceptible	No perceptible	No perceptible	No perceptible	Apenas perceptible	Apenas perceptible
	MB	**MB**	**MB**	**MB**	**MB**	**B**
	E	**E**	**E**	**E**	**E**	**E**

	Olympia Baby Y040 / talla 6	**Altesse** 10154 / talla 6	**Miss** 680020BLA06 / talla 6	**Skiny Kid's** 75218 / talla 6
	Incompleta (2)	Incompleta (3)	Incompleta (1)	Completa
	E	E	E	E
	☒ (A)	☒ (A)	☑	☒ (B2)
	50% PES / 50% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑	100% CO ☑
	Mediano	Ligero	Ligero	**Mediano**
	☑	☑	☒ (C)	☒ (C)
	No perceptible	No perceptible	Apenas perceptible	No perceptible
	MB	**B**	**MB**	**MB**
	E	**E**	**E**	**E**

Acabados
f) Tensión floja del hilo de costura

Información al consumidor
1) Falta especificación de lavado
2) Falta especificación de secado
3) Presenta contradicción en lavado

Cambio dimensional
C) Se acorta
D) Se ensancha
E) Se angosta
F) Se alarga

Correspondencia dimensional (Talla)
A) No son consistentes los valores dimensionales en la circunferencia de piernas
B1) No son consistentes los valores dimensionales de cintura relajada
B2) No son consistentes los valores dimensionales de cintura extendida

Terminología de las fibras textiles
CO Algodón
ED Elastodieno
EL Elastano (lycra®, spandex®)
PAN Acrílico
PES Poliéster

Pantaletas para niña (continuación)

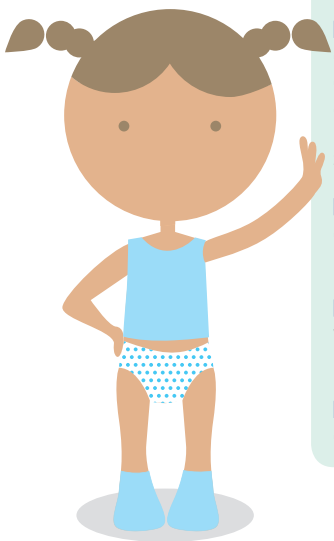
	Baby Smart 3002 / talla 6	Miss 874020BLA06 / talla 6	Miss 616320BLA06 / talla 6
Información al consumidor	Completa	Incompleta (1)	Incompleta (1)
Acabados	E	E	E
Correspondencia dimensional (Talla)	☒ (A, C1, D2)	☑	☑
Identificación y contenido de fibras	70% PES / 30% CO ☒	100% CO ☒	50% CO / 50% PA ☒
Peso de la tela	**Pesado**	Mediano	Mediano
Cambio dimensional	☑	☑	☑
Decoloración por luz	Apenas perceptible	No perceptible	Apenas perceptible
Durabilidad: Resistencia al reventamiento	**MB**	**B**	**MB**
Durabilidad: Resistencia a formación de frisas	**MB**	**E**	**E**

Información al consumidor
1) Falta especificación de lavado

Correspondencia dimensional (Talla)
A) No son consistentes los valores dimensionales en la circunferencia de piernas
C1) No son consistentes los valores dimensionales de cadera.
D2) No son consistentes los valores dimensionales de largo tiro

Terminología de las fibras textiles
CO Algodón
PA Poliamida (nailon®)

Simbología **E** = Excelente **MB** = Muy Bueno **B** = Bueno **R** = Regular **Cumple** ☑ **No cumple** ☒



Recomendaciones

De uso:

- Las prendas 100% algodón son más frescas sin dejar de ser abrigadoras, así tus hijos se mantendrán frescos en verano y calientitos en invierno, dejando transpirar al cuerpo de forma natural, con lo que, incluso, se disminuyen las infecciones causadas por exceso de humedad, sobre todo en la zona genital.
- Lava la prenda antes de usarla para eliminar residuos e impurezas que se han adherido a ellas durante su manipulación, con esto evitarás irritaciones en la piel.
- Revisa la etiqueta de instrucciones de cuidado y conservación, y síguelas al pie de la letra para evitar un deterioro prematuro y así aumentar su vida útil.
- Sólo expón al sol las prendas que lo indiquen en su etiqueta, de lo contrario, se incrementará el deterioro.

De compra:

- Antes de adquirirla, revisa que la prenda esté libre de defectos detectables a simple vista, como decoloraciones, hoyos, hilos sueltos, uniones mal cosidas, o cualquier otra anomalía en su textura, forma, tamaño o simetría, que desmerite su presentación final.
- El precio de estos productos varía considerablemente entre marcas y establecimientos, por eso, basa tu elección de acuerdo con el desempeño de la prenda, tu gusto y poder económico.
- Prefiere la ropa no muy ajustada, así tus niños se sentirán más cómodos y podrán utilizarla por un poco más de tiempo, hasta donde su desarrollo y la vida útil de la prenda lo permitan.

Calcetas para niña

Simbología **E** = Excelente **MB** = Muy Bueno **B** = Bueno **R** = Regular **Cumple** ☑ **No cumple** ☒

	Información al consumidor	Acabados	Ajuste	Identificación y contenido de fibras	Peso de la tela	Cambio dimensional	Decoloración por luz	Resistencia al reventamiento	Resistencia a la abrasión
E **Gleytor** Media para niña 212-b / talla 6-9	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 99.77% PA, 0.23% EL; elástico: 93.86% PA, 6.14% EL ☑	**Mediano**	☑	No perceptible	B	E
E **725 Originals** Calcetas para niña 3372 / talla 7-9	Completa	E	☑	99% PA, 1% ED; cuerpo: 99.43% PA, 0.57% ED; elástico: 93.02% PA, 6.98% ED ☑	Ligero	☑	No perceptible	MB	MB
MB **Pido mano** Calceta para niña 217376 / talla 6-8	Completa	E	☑	97% PA, 3% EL; cuerpo: 100% PA; elástico: 89.02% PA, 10.98% EL ☑	Ligero	☑	Apenas perceptible	MB	E
MB **Gleytor** Media para niña 212-A / talla 6-9	Completa	E	☑	98% PA, 2% EL; cuerpo: 100% PA; elástico: 92.02% PA, 7.98% EL ☑	Ligero	☑	No perceptible	B	MB
MB **Pido Mano** Calceta para niña 217338 / talla 6-8	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 100% PA; elástico: 92.02% PA, 7.98% EL ☑	**Mediano**	☒ (F)	No perceptible	MB	E
MB **Weekend** Calcetas para niña 210 / talla 6-8	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 100% PA; elástico: 93.42% PA, 6.58% EL ☑	**Mediano**	☑	Apenas perceptible	B	MB
MB **Gleytor** Media para niña 230 / talla 6-9	Completa	E	☑	70% PAN, 29% PA, 1% EL; cuerpo: 70.64% PAN, 29.36% PA; elástico: 70.17% PAN, 28.15% PA, 1.68% EL ☒	**Pesado**	☑	No perceptible	MB	E
B **Krystal** Calcetas para niña 3-143 / talla 6-8	Completa	E	☑	76% PAN, 21% PA, 3% ED; cuerpo: 78.63% PAN, 21.37% PA; elástico: 67.64% PAN, 26.27% PA, 6.09% ED ☒	**Pesado**	☑	No perceptible	B	E
B **Play by Patce** Calcetas 1435 / talla 6-8	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 99.48% PA, 0.52% EL; elástico: 96.55% PA, 3.45% EL ☑	**Mediano**	☒ (E)	No perceptible	B	MB
B **Gleytor** Tobillera para niña 120 / talla 6-8	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 100% PA; elástico: 99.12% PA, 0.88% EL ☒	**Mediano**	☒ (E)	No perceptible	MB	E
B **Weekend** Calcetas para niña 329 / talla 6-8	Completa	MB (c)	☑	74% CO, 25% PA, 1% EL; cuerpo: 73.58% CO, 25.57% PA, 0.85% EL; elástico: 62.33% CO, 32.26% PA, 5.41% EL ☑	**Pesado**	☒ (E)	No perceptible	B	B

Acabados
c) Irregularidad

Cambio dimensional
E) Se angosta
F) Se alarga

Terminología de las fibras textiles
CO Algodón
ED Elastodieno
EL Elastano (lycra®, spandex®)
PA Poliamida (nailon®)
PAN Acrílico

Recibe mensualmente en tu correo electrónico la Tecnología Doméstica, el Platillo Sabio, nuestros estudios de calidad y los precios del gas. Comunícate al **Teléfono del Consumidor** para suscribirte sin costo alguno. Llama al 5568 8722 desde el DF y Área Metropolitana, o al 01 800 468 8722 desde el resto del país.

Calcetas para niña (continuación)

	Información al consumidor	Acabados	Ajuste	Identificación y contenido de fibras	Peso de la tela	Cambio dimensional	Decoloración por luz	Resistencia al reventamiento	Resistencia a la abrasión
B **Gleytor** Media para niña 211 / talla 6-9	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 99.32% PA, 0.68% EL; elástico: 95.22% PA, 4.78% EL ☑	**Mediano**	☒ (E)	Apenas perceptible	MB	MB
B **Weekend** Calcetas para niña 255 / talla 6-8	Completa	E	☑	98% PA, 2% EL; cuerpo: 97.63% PA, 2.38% EL; elástico: 92.08% PA, 7.92% EL ☑	Ligero	☒ (F)	Apenas perceptible	MB	MB
B **Pido Mano** Calceta para niña 217413 / talla 6-8	Completa	E	☑	69% PAN, 23% PES, 8% ED; cuerpo: 69.95% PAN, 27.37% PES, 2.68% ED; elástico: 58.27% PAN, 35.36% PES, 6.37% ED ☒	**Pesado**	☑	Apenas perceptible	E	MB
B **Dobletex Kids** Calceta para niña 507 / talla 7-9	Incompleta (1, 2)	MB (a, b)	☑	89% PP, 18% PAN, 1% ED; cuerpo: 81.94% PP, 18.06% PAN; elástico: 73.69% PP, 15.479% PAN, 10.82% ED ☒	**Pesado**	☑	Apenas perceptible	E	E
B **Skinmed** Calcetas para niña 155 / talla 6-8	Incompleta (1, 2)	MB (e)	☒	75% PAN, 23% PA, 2% EL; cuerpo: 69.09% PAN, 30.71% PA; elástico: 60.04% PAN, 35.82% PA, 4.14% EL ☑	**Mediano**	☑	Apenas perceptible	B	MB
B **Bananas and Orange** Calcetas para niña 507 / talla 4-6	Incompleta (1, 2)	B (b)	☑	60% PES, 39% PP, 1% ED; cuerpo: 66.29% PES, 33.71% PP; elástico: 73.91% PP, 21.32% PES, 4.77% ED ☒	**Pesado**	☑	No perceptible	MB	E
B **Tebi** Calceta 229 / talla 3-5	Completa	E	☑	99% PA, 1% EL; cuerpo: 100% PA; elástico: 91.93% PA, 8.07% EL ☒	Ligero	☑	No perceptible	B	B
B **Krystal** Calcetas para niña 3-155 / talla 6-8	Completa	E	☑	97% PA, 3% ED; cuerpo: 100% PA; elástico: 90.89% PA, 9.11% ED ☒	**Mediano**	☑	Apenas perceptible	B	MB
B **Sanjo** Calcetas para niña 3-155 / talla 6-8	Incompleta (1, 2)	E	☑	60% PAN, 33% PA, 7% ED; cuerpo: 63.56% PAN, 36.44% PA; elástico: 62.15% PAN, 29.22% PA, 8.63% ED ☒	**Pesado**	☑	No perceptible	B	E
B **Pido Mano** Calceta para niña 217291 / talla 6-8	Completa	E	☒	99% PA, 1% ED; cuerpo: 98.64% PA, 1.36% ED; elástico, 92.84% PA, 7.16% ED ☒	**Mediano**	☑	Apenas perceptible	MB	E
B **Pido Mano** Tobillera para niña 217260 / talla 6-8	Completa	E	☑	98% PA 2% ED; cuerpo: 96.42% PA, 3.58% ED; elástico: 91% PA, 9% ED ☒	**Mediano**	☑	No perceptible	MB	MB
R **Jeniffer** Calcetas para niña 3501 / talla 6-8	Completa	E	☑	68% PAN, 20% PES, 12% PA; cuerpo: 64.58% PAN, 22.97% PES, 12.45% PA; elástico: 41.25% PAN, 37.78% PES, 20.97% PA ☒	**Mediano**	☒ (E)	Apenas perceptible	B	R
R **Jeniffer** Calcetas para niña 3503 / talla 6-8	Completa	MB (e)	☑	71% PAN, 28% PES, 1% ED; cuerpo: 77.53% PAN, 22.47% PES; elástico: 67.60% PES, 25.69% PAN, 6.71% ED ☒	**Pesado**	☒ (E)	No perceptible	R	E
R **Dobletex Kids** Tobilleras para niña 505 / talla 4-6	Incompleta (1, 2)	MB (g)	☑	35% CO, 38% PP, 21% PES, 6% ED; cuerpo: 34.40% CO, 36.95% PP, 25.47% PES, 3.18% ED; elástico: 44.55% CO, 25.21% PP, 21.08% PES, 9.16% ED ☒	**Pesado**	☒ (E)	No perceptible	B	E

Calcetines para niño

	Información al consumidor	Acabados	Ajuste	Identificación y contenido de fibras	Peso de la tela	Cambio dimensional	Decoloración por luz	Decoloración por lavado	Resistencia al reventamiento	Resistencia a la abrasión
MB **Cannon** Calcetín para niño 5220 / talla 4-7	Completa	E	☑	99.40% PA, 0.60% EL; cuerpo: 99.56% PA, 0.44% EL; elástico: 99% PA, 1% EL ☑	Ligero	☑	No perceptible	No perceptible	E	B
MB **Durex** Calcetines para niño 6002 / talla 4-6	Incompleta (1)	E	☑	60% PAN, 39% PA, 1% EL; cuerpo: 58.95% PAN, 38.78% PA, 2.27% EL; elástico: 48.95% PAN, 48.78% PA, 2.27% EL ☑	**Pesado**	☑	No perceptible	No perceptible	E	MB
MB **Cherokee** Calcetín para niño 729 / talla 6-8	Completa	E	☑	73% CO, 26% PA, 1% EL; cuerpo: 78.40% CO, 21.6% PA; elástico: 76.34% CO, 21.87% PA, 1.79% EL ☑	**Pesado**	☑	No perceptible	Apenas perceptible	B	B
B **Gleytor** Calcetín para niño 303-321 / talla 6-8	Completa	E	☑	64% PA, 36% CO, 0.40% ED; cuerpo: 52.29% PA, 47.71% CO; elástico: 65.34% PA, 32.18% CO, 2.48% ED ☒	Mediano	☑	No perceptible	Apenas perceptible	B	MB
R **CCN by Cannon** Calcetín para niño 3342 / talla 4-7	Completa	E	☑	71% CO, 28% PES, 1% EL; cuerpo: 79.09% CO, 20.91% PES; elástico: 60.86% CO, 36.14% PE, 3% EL ☒	Mediano	☒ (E)	No perceptible	Apenas perceptible	B	E
R **Jeanious Company** Calcetín 450-6 / talla 6-8	Completa	E	☑	71% CO, 28% PAN, 1% ED; cuerpo: 79.01% CO, 20.99% PAN; elástico: 55.24% CO, 32.07% PAN, 12.69% ED ☒	**Pesado**	☒ (E)	Calcetín blanco (no se reporta valor)	No perceptible	R	R

Simbología **E** = Excelente **MB** = Muy Bueno **B** = Bueno **R** = Regular **Cumple** ☑ **No cumple** ☒

Acabados
a) Prendas con manchas
b) Prendas decoloradas
e) Prendas con sobrantes (hilos)
g) Puntadas ciegas (faltantes)

Información al consumidor
1) Falta especificación de lavado
2) Falta especificación de secado

Cambio dimensional
E) Se angosta
F) Se alarga

Terminología de las fibras textiles
CO Algodón
ED Elastodieno
EL Elastano (lycra®, spandex®)
PA Poliamida (nailon®)
PAN Acrílico
PES Poliéster
PP Polipropileno

No te pierdas, en nuestro próximo número, el **estudio de calidad** más esperado del año: **computadoras de escritorio, portátiles y tabletas.** Búscalo en los puntos de venta acostumbrados a partir del primero de agosto.

De seguro estás pensando que somos unos aguafiestas. Apenas estás metiendo el bañador en la maleta y ya te estamos recordando el inminente regreso a clases. Pero, aunque ahorita sólo quieras hundir los pies en la arena, nunca está de más decirlo: dejar las cosas para el último es la fórmula perfecta para el desastre. Evítate malos ratos y presta atención a nuestros señalamientos de tránsito, para que la vuelta a la escuela sea por la vía rápida de la legalidad y el ahorro.

Como sabes, el derecho a la educación está salvaguardado en nuestra Constitución. En el Artículo 3 se establece que, además de laica y gratuita, la educación básica –preescolar, primaria y secundaria– y la media superior (bachillerato) son obligatorias.

Como tutor o padre de familia, estás obligado –entre otras cosas– a que tus hijos cursen todos los grados de educación formal en el plantel que consideres adecuado, sin importar si es de orden público o privado.

¿Ya has pensado en qué escuela quieres que tus hijos se preparen para ser la mejor versión posible de ellos mismos? Si aún no lo tienes claro, es un buen momento para reflexionarlo. Durante la segunda o tercera semana de agosto –dependiendo de la fecha que establezca SEP en el calen-dario oficial–, poco más de 35 millones de alumnos volverán a las 252 mil 878 escuelas de educación básica, media superior, formación para el trabajo y superior para dar inicio al ciclo escolar 2012-2013.

De este universo de instituciones educativas, tan sólo 41 mil 826 son escuelas particulares o privadas. Es decir, proveedores de servicios educativos que atienden a más de 5 millones de alumnos, cobrando ciertas cantidades por concepto de inscripciones, colegiaturas, constancias, entre otros.

Caso contrario al de los planteles públicos, donde por obligación constitucional se debe prestar un servicio laico y gratuito. Como Procuraduría Federal del Consumidor, las escuelas particulares son competencia nuestra. Como consumidor o con-sumidora de servicios de educación para tus niños, ¿sabes cuáles son tus derechos y obligaciones? Entérate aquí.

¿Qué esperar de las escuelas particulares?

Que sean privadas no significa que puedan hacer lo que deseen o que jueguen bajo sus propias reglas de muros para adentro. Como todo prestador de servicios, las escuelas particulares están obligadas a cumplir ciertos requisitos para asegurarte un servicio justo y de calidad.

¿Conoces las obligaciones que adquieren las escuelas al cobrarte por un servicio? Toma nota:

1 Las escuelas particulares de educación básica están obligadas a informarte si cuentan o no con la autorización previa y expresa del Estado para prestar el servicio. También estás en tu derecho de solicitarles a las escuelas de educación media superior y superior que te indiquen si cuentan con el Reconocimiento de Validez Oficial (RVOE) que, aunque no es obligatorio para el plantel, puede ser factor de decisión a la hora de optar por una. Para saber si la escuela a la que asisten tus hijos cuenta con estas certificaciones, puedes consultar el portal **iep.sep.gob.mx**

2 Antes de soltar el primer pago, infórmate con las asociaciones de padres de familia sobre cualquier modificación a los montos de inscripción, colegiaturas, cobros por exámenes extraordinarios, duplicados de certi-ficados, constancias, credenciales y otro cobros, así como el calendario de pagos, descuentos por depósito anticipado o recargos por hacerlo extemporáneo. Toda esta información deben notificarla cuando menos **60 días antes del periodo de reinscripción**.

3 No tienes por qué aceptar **aumentos imprevistos**. Es tu derecho a oponerte a cualquier intento por parte del plantel de aumentar las colegiaturas durante el periodo escolar, a menos de que se acuerde con la mayoría de los padres de familia y esté justificado por causas de fuerza mayor.

4 Las cuotas o donativos que se puedan llegar a requerir (como una mejora extraordinaria en las instalaciones, por ejemplo) **son estrictamente voluntarias**. De ninguna manera pueden obligarte a aportarlas ni condicionar el servicio a cambio de ellas.

5 Como consumidor, tienes la libertad de adquirir los útiles escolares, uniformes, libros y cualquier otro artículo para el ciclo escolar en donde tú decidas. La escuela no debe ni puede obligarte **a comprarlos en un lugar determinado**. Si en dado caso fuera necesario conseguirlos con ciertos proveedores, no pueden ofrecerlos a precios más altos de los que están disponibles en los demás establecimientos comerciales.

6 Si por causas de fuerza mayor debes retirar a tu hijo de la escuela en la que ya está inscrito, tienes derecho a que **se te devuelva el monto íntegro que pagaste por inscripción**, siempre y cuando avises con dos meses antes del inicio de clases en los ciclos de un año, un mes en ciclos menores. En caso de que no cumplir ese plazo, puedes pactar con la escuela la cantidad que se te descuente por el tiempo transcurrido.

7 En caso de moratoria de pagos, la escuela **sí puede suspender el servicio educativo** cuando no has cubierto la colegiatura de hasta tres meses. Pero, ojo, debe avisarte con dos semanas de anticipación. Lo que no puede hacer es retener los documentos de tu hijo a manera de "garantía" de pago. A partir del momento en que los solicites, tienen 15 días naturales para entregártelos, sin cobrarte un centavo.

8 Las cooperaciones o gastos extraordinarios que se requieran para la celebración de eventos que realice la escuela dentro del horario de clases **son de carácter voluntario**. En ningún momento pueden condicionar las calificaciones del alumno a cambio de la contribución.

9 **¿Uniformes nuevos?** Los modelos de uniformes deben estar vigentes por lo menos cinco años. No pueden exigirte ni éste ni ningún otro artículo nuevo. Sólo están posibilitados para requerirte las versiones más actualizadas de los libros que requieran y que los útiles y vestuario conserven un estado adecuado, en función del buen desempeño escolar de tu hijo.

10 En las escuelas **no se valen las listas negras**. De hecho, va en contra de la Ley Federal de Protección al Consumidor exhibir a los alumnos que no han cubierto las colegiaturas a través de listas o de cualquier otro medio. Si así lo hacen, estás en tu derecho de denunciarlo. Además, es obligación de la escuela aceptarte, sin recargo alguno, el pago de colegiatura dentro de los 10 días naturales

Si consideras que la escuela de tus hijos está vulnerando alguno o varios de tus derechos, puedes denunciarlo ante **Profeco** sin temor a represalias contra los alumnos. Llama al Teléfono del Consumidor (5568 8722 en el DF y Área Metropolitana o al 01800 468 8722 para el resto del país), ahí te pedirán que les proporciones el nombre y dirección de la escuela, así como una relación de los hechos.

También puedes consultar la página en internet de la SEP para conocer y verificar que la escuela que hayas elegido para tus hijos esté registrada.

Si no tienes acceso a internet o tienes alguna duda, comunícate a TelSEP en el 3601 7599 o a los siguientes números directos:

- 01800 288 6688 Educación Básica
- 01800 288 0737 Bachillerato
- 01800 112 8899 Bachillerato Tecnológico

No los dejes solos

Ya conoces tus derechos como consumidor de un servicio educativo. Pero, ¿sabías que como padre de familia o tutor de un alumno también tienes obligaciones?

No basta con llevarlos a las puertas de la escuela para cumplir tu obligación. Es necesario acompañarlos durante todo el proceso, estar al pendiente de su rendimiento académico y complementar los conocimientos que adquieran en la escuela con los que aprendan en el hogar.

Diversas asociaciones de padres de familia, en conjunto con la SEP, identifican aspectos mínimos que, como responsable de un niño en edad escolar, debes cubrir para ayudarlos en su desempeño. Algunos son datos básicos, como inscribirlos en las fechas que marca el calendario escolar y después cumplir con la asistencia puntual los 200 días de clases.

También debes dotarlos con los útiles escolares necesarios y en buen estado, así como de los alimentos adecuados y hábitos de higiene. Pues, aunque no lo creas, la comodidad, salud y nutrición inciden en su desempeño académico y en su desarrollo personal.

Muchas veces olvidamos que el apoyo y la orientación en la realización de las tareas escolares es una obligación. Procura reunirte con los maestros al menos una vez al mes para consultar los avances o debilidades académicas de tu hijo. También debes estar atento a si hay problemas de conducta, como que no respete a sus compañeros, profesores o instalaciones, o que no se apegue al reglamento interno de la institución.

¿Leer, yo?... ¡Por favor!

Como es de suponerse, el hábito de la lectura está íntimamente relacionado con un buen desarrollo académico. Sin embargo, y lamentablemente, aún estamos lejos de figurar en los primeros lugares de países con más lectores.

¿Te gustaría que tus hijos marcaran la diferencia? Entra a **leer.sep.gob.mx** para encontrar diversas herramientas para mejorar su desempeño en esta habilidad básica.

¡Una buena noticia!

¿Sabías que, desde el año pasado, puedes deducir las colegiaturas? Si tu hijo cursa preescolar, primaria, secundaria, profesional técnico o bachillerato en una institución privada, puedes deducir el monto que inviertes en la colegiatura del pago del Impuesto Sobre la Renta (ISR). Esta medida se implementó como estímulo a las familias que invierten en educación.

Para ello, las escuelas deben contar con el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE). De igual manera, deben entregarte un comprobante que reúna los requisitos fiscales que señala el SAT, y separar el monto que corresponde a la colegiatura. Dicho de otro modo, los cobros por inscripciones, uniformes, seguros o pagos de incorporación no están incluidos.

De tu parte, es necesario que realices los pagos de colegiatura con cheque nominativo, transferencia electrónica,

tarjeta de crédito, débito o de servicios. Los pagos en efectivo no pueden ser deducidos. El estímulo se aplica por cada alumno inscrito. Éstas son las cantidades que, de acuerdo con el nivel educativo, puedes deducir por cada alumno:

Nivel educativo	Límite anual de deducción
Preescolar	$14,200.00
Primaria	$12,900.00
Secundaria	$19,900.00
Profesional Técnico	$17,100.00
Bachillerato o su equivalente	$24,500.00

Consulta la página **sat.gob.mx** del Servicio de Administración Tributaria para conocer a detalle el proceso de emisión de los comprobantes de deducción y los requisitos que deben cumplir para que puedas beneficiarte con este estímulo.

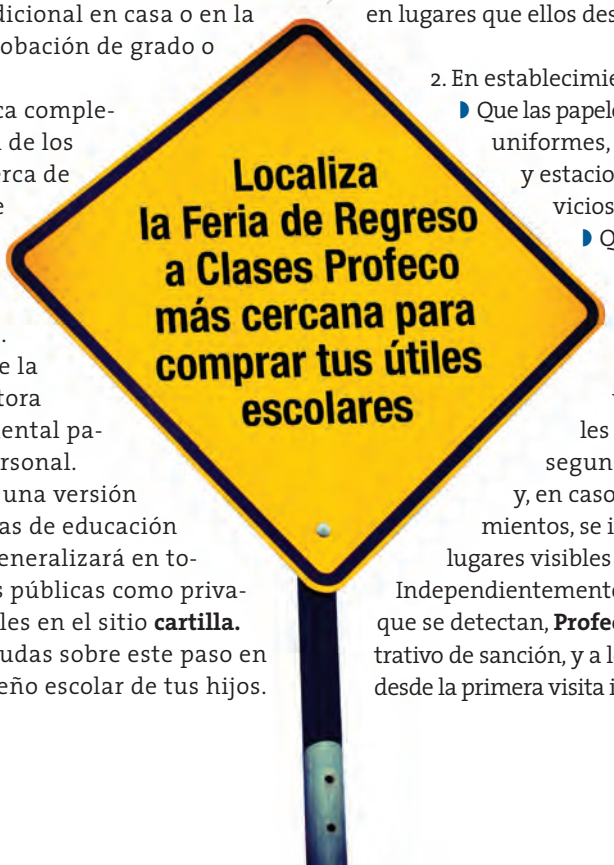
Nuevas boletas

A veces nos concentramos en que nuestros hijos pasen un examen o saquen buenas calificaciones, dejando de lado el aprendizaje. Aunque la evaluación numérica es importante, no siempre da un panorama total de su rendimiento. Por ello, desde el ciclo 2012-2013, los alumnos de preescolar, primaria y secundaria recibirán un nuevo tipo de boleta conocido como Cartilla de Educación Básica que, además de incluir las asignaturas del nuevo plan de estudios, considera nuevos criterios de promoción de grado.

La novedad consiste en que, además de las calificaciones que reportan el avance de los alumnos en cada materia, este documento incluye información sobre aspectos cualitativos de su desempeño escolar, para conocer si es necesario que reciban apoyo adicional en casa o en la escuela para prevenir la no aprobación de grado o asignatura.

La Cartilla de Educación Básica complementa la calificación numérica de los exámenes con información acerca de las fortalezas o debilidades que se detectan en tus hijos, para brindarles una ayuda oportuna y los acompañes en el proceso de enseñanza-aprendizaje. También incluye la medición de la habilidad de la compresión lectora que, como sabemos, es fundamental para el desarrollo académico y personal.

En el ciclo 2011-2012 se aplicó una versión preliminar en 6 mil 980 escuelas de educación básica. En este nuevo ciclo se generalizará en todo el país, tanto en las escuelas públicas como privadas. Entérate de todos los detalles en el sitio **cartilla.sep.gob.mx**. No te quedes con dudas sobre este paso en busca de la mejora del desempeño escolar de tus hijos.



Profeco está de tu lado en este regreso a clases

A fin de proteger tu economía y hacer que se respeten tus derechos como padre de familia, **Profeco** implementa cada año el programa Especial de Verificación y Vigilancia "Regreso a clases y escuelas Particulares".

El programa consiste en:

- Acciones de verificación en colegios particulares de nivel preescolar, primaria, secundaria y particulares de nivel medio superior de todo el país.
- Visitas de inspección a fabricantes, distribuidores, importadores, comercializadores de uniformes y útiles escolares.
- En escuelas particulares, **Profeco** vigilará que se exhiban y respeten las tarifas y cuotas pactadas, que no exista discriminación por ningún motivo en la admisión de los estudiantes, que no se condicione a los padres de familia a adquirir servicios o paquetes escolares en las instituciones educativas.
- Acciones de verificación a establecimientos como papelerías, librerías, venta de uniformes y zapaterías, telas, tiendas de autoservicio y departamentales, así como las especializadas en cómputo y autoservicios papeleros.

¿Qué se verifica?

Para asegurar que las escuelas y comercios que ofrecen los artículos que requieren tus hijos se apeguen a la ley y no vulneren tus derechos, **Profeco** vigila lo siguiente:

1. En los planteles educativos:

- Que te proporcionen información completa y respeten las tarifas, formas de pago, términos y condiciones pactadas.
- Que la información sobre autorización y Reconocimiento de Validez Oficial (RVOE) sea clara y veraz.
- Que no te condicionen o nieguen el servicio por la contratación de servicios adicionales, como el transporte o compras en lugares que ellos designen.

2. En establecimientos comerciales:

- Que las papelerías y demás lugares de venta de libros, uniformes, calzado escolar, equipo de cómputo y estacionamientos públicos ofrezcan sus servicios de acuerdo con la ley.
- Que cumplan con la información comercial y los aspectos de seguridad en uniformes y útiles escolares.

En ambos casos, si se detectan violaciones en la primera visita, se les insta a corregirlas. Se practica una segunda visita para asegurarse de ello y, en caso de que no subsanen los incumplimientos, se impondrán sellos de advertencia en lugares visibles para el consumidor.

Independientemente de que corrijan las irregularidades que se detectan, **Profeco** sigue un procedimiento administrativo de sanción, y a los establecimientos que no cumplen desde la primera visita imponiéndoles una multa económica.

Este año, el operativo se llevará a cabo en dos fases:

- La primera del 9 al 20 de julio.
- La segunda del 1 al 20 de agosto.

¿Qué hemos encontrado en operativos pasados?

En el operativo de 2011 se realizaron 541 verificaciones de escuelas particulares de la Ciudad de México, encontrando lo siguiente:

134 presentaron violaciones a la ley y prácticas abusivas en perjuicio de los consumidores, por lo que fueron instadas a subsanar las irregularidades.

17 escuelas que habían sido apercibidas, fueron objeto de colocación de sellos de advertencia como medida precautoria, por persistir en los incumplimientos, principalmente por el condicionamiento a la contratación del servicio de transporte escolar, así como la aplicación de cuotas ecológicas.

27 escuelas se negaron a la verificación, por lo que se les impusieron sanciones.

1 se negó a la colocación de sellos de advertencia en la segunda visita de verificación.

En el resto de las escuelas no se detectaron violaciones.

A nivel nacional, se practicaron 2,678 visitas de verificación:

421 establecimientos fueron emplazados a procedimiento administrativo (96 eran escuelas particulares) por no exhibir y respetar precios, proporcionar información engañosa, comercializar productos como tijeras, zapatos, uniformes, equipo de cómputo y accesorios, que incumplen con la Ley Federal de Protección al Consumidor y con la normatividad.

Se colocaron 32 sellos de advertencia (12 en escuelas particulares) por proporcionar información confusa o engañosa, no exhibir precios y tarifas, y condicionar el servicio a la compra de uniformes y útiles escolares.

1 millón 686 mil 788 productos fueron verificados, entre los que se encuentran uniformes, zapatos, útiles escolares, juegos de geometría, tijeras, equipo de cómputo y accesorios. Se inmovilizaron 36 mil 964 por incumplimientos de información comercial y certificados de seguridad.

Con el fin de que tengas más y mejores herramientas para tomar la difícil decisión de elegir una escuela para tus hijos, te sugerimos visitar el Portal del Consumidor **consumidor.gob.mx** donde podrás encontrar todos los resultados de la verificación, incluyendo todas las escuelas que incumplieron con el operativo.

La Cartilla de Educación Básica evaluará a tus hijos cuantitativa y cualitativamente

La mejor decisión se apoya en la información

Recuerda que es tu derecho investigar, comparar precios de los uniformes y artículos escolares para adquirir los que más convengan a tus necesidades.

Para ello, visita la página de Quién es Quién en los Precios de útiles y artículos escolares en el sitio **consumidor.gob.mx** donde encontrarás comparativas de los costos de cuadernos, lápices de color y crayones, portaminas, bolígrafos, calculadoras, diccionarios, dis-cos compactos, útiles de geometría y otros artículos incluidos en tus listas de útiles escolares.

Como en feria

Durante los meses de julio y agosto, **Profeco** organiza, en varios puntos del país, Ferias del Regreso a Clases. En ellas encontrarás útiles escolares, ropa, zapatos, mochilas, computadoras y accesorios, entre otros, a precios competitivos. Además se ofrecen exámenes médicos, de optometría, odontología, pruebas de laboratorio y cortes de cabello gratuitos, sin olvidar los populares talleres para elaborar Tecnologías Domésticas Profeco (como gel para el cabello, grasa para zapatos, gel antibacterial) y refrigerios sabios. Consulta las sedes y los horarios en **consumidor.gob.mx** o en el Teléfono del Consumidor: 5568 8722 en la Zona Metro-politana del DF, o al 01800 468 8722 larga distancia sin costo desde el resto del país.

Recomendaciones para ser un maestro en compras de útiles

- Compra en comercios establecidos, nunca en el mercado informal.
- Acude a las Ferias de Regreso a Clases Profeco.

ENTIDAD FEDERATIVA
AGUASCALIENTES
BAJA CALIFORNIA
BAJA CALIFORNIA SUR
CAMPECHE
COAHUILA
COLIMA
CHIAPAS
CHIHUAHUA
DISTRITO FEDERAL
DURANGO
GUANAJUATO
GUERRERO
HIDALGO
JALISCO
MÉXICO
MICHOACÁN
MORELOS
NAYARIT
NUEVO LEÓN
OAXACA
PUEBLA
QUERÉTARO
QUINTANA ROO
SAN LUIS POTOSÍ
SINALOA
SONORA
TABASCO
TAMAULIPAS
TLAXCALA
VERACRUZ
YUCATÁN
ZACATECAS
TOTAL GENERAL

Alumnos, docentes y escuelas por sostenimiento particular

Total General			Educación Básica			Capacitación para el trabajo			Media Superior			Superior		
Alumnos	Docentes	Escuelas	Alumnos	Docentes	Escuelas	Alumnos	Docentes	Escuelas	Alumnos	Docentes	Escuelas	Alumnos	Docentes	Escuelas
55 530	4 637	438	25 360	1 458	284	3 530	304	50	13 304	950	78	13 336	1 925	26
120 698	10 697	1 244	68 493	4 011	903	4 490	365	119	24 089	1 949	159	23 626	4 372	63
24 110	1 886	229	12 184	755	168	2 862	66	24	2 848	280	24	6 216	785	13
28 662	2 207	281	15 416	1 005	170	5 534	158	50	2 634	323	32	5 078	721	29
170 945	11 392	1 248	73 254	3 627	735	14 624	432	92	36 198	3 269	308	46 869	4 064	113
35 177	3 375	294	10 735	582	128	2 346	229	68	2 993	359	31	19 103	2 205	67
104 312	8 440	1 083	32 141	1 992	415	32 317	1 271	461	13 785	1 433	122	26 069	3 744	85
121 033	7 233	1 136	60 414	2 882	669	8 492	328	76	46 691	3 129	364	5 436	894	27
701 555	54 673	5 062	336 022	19 867	3 937	97 665	2 503	382	81 932	7 984	431	185 936	24 319	312
42 004	3 667	395	21 168	1 115	256	3 125	144	31	7 760	721	68	9 951	1 687	40
252 988	20 491	2 021	128 632	6 821	1 345	4 938	279	94	62 079	5 068	391	57 339	8 323	191
57 774	4 746	639	28 382	1 778	327	11 823	523	172	6 406	626	59	11 163	1 819	81
99 745	7 987	960	47 016	3 008	648	5 830	423	105	26 841	1 839	139	20 058	2 717	68
396 639	30 435	3 081	206 946	10 335	2 112	41 255	3 607	455	48 501	3 666	286	99 937	12 827	228
647 712	45 779	5 347	334 732	18 293	4 217	58 142	1 689	325	98 707	8 159	565	156 131	17 638	240
153 633	11 872	1 539	91 808	5 062	959	9 008	670	238	30 586	2 799	186	22 231	3 341	156
100 672	9 106	1 244	50 363	3 326	899	2 908	233	48	23 395	2 010	224	24 006	3 537	73
34 087	2 877	438	13 961	870	187	2 362	164	83	6 918	745	136	10 846	1 098	32
296 373	20 516	2 011	136 309	7 210	1 249	26 494	1 428	277	51 997	3 914	329	81 573	7 964	156
66 156	5 467	628	30 001	1 863	349	8 924	496	133	13 107	1 082	95	14 124	2 026	51
303 320	24 872	2 713	134 757	7 523	1 629	14 280	818	169	55 963	4 809	518	98 320	11 722	397
105 018	8 412	853	65 601	3 357	636	6 227	239	57	15 020	1 455	109	18 170	3 361	51
54 238	4 456	462	32 802	1 740	338	6 158	220	34	7 205	804	59	8 073	1 692	31
117 697	8 638	1 073	52 976	2 605	614	5 878	401	93	36 875	3 164	319	21 968	2 468	47
93 740	6 803	682	54 539	2 821	446	8 604	293	74	12 859	1 068	100	17 738	2 621	62
102 188	7 208	839	59 854	3 187	571	5 425	279	65	17 540	1 403	147	19 369	2 339	56
64 228	4 698	543	29 584	1 559	283	13 147	548	167	8 003	706	61	13 494	1 885	32
140 073	10 730	1 249	57 674	3 430	829	11 774	358	95	30 402	2 184	196	40 223	4 758	129
36 928	3 260	530	24 539	1 703	370	2 098	139	52	6 631	703	75	3 660	715	33
242 848	20 467	2 323	97 378	5 997	1 219	34 262	1 883	501	42 219	4 498	381	68 989	8 089	222
93 083	7 741	923	42 092	2 580	569	9 134	537	154	15 643	1 336	119	26 214	3 288	81
32 366	2 822	318	16 786	1 040	188	5 019	213	69	3 350	419	36	7 211	1 150	25
4 895 532	**377 590**	**41 826**	**2 391 919**	**133 402**	**27 649**	**468 675**	**21 240**	**4 813**	**852 481**	**72 854**	**6 147**	**1 182 457**	**150 094**	**3 217**

Fuente: Secretaría de Educación Pública: DGP, Principales Cifras, Inicio de ciclo 2011-2012.

- Conserva tickets, notas o referencias de compra y no olvides sellar la garantía para cualquier duda, aclaración, cambio o devolución de la mercancía.
- Elabora una lista de los útiles que faltan, así evitarás comprar de más.
- Aprovecha remates y liquidaciones, pero cuida la calidad de los productos.
- Si vas a comprar uniformes, lleva a tus niños para que se los prueben. Revisa acabados y fíjate que en su etiqueta tengan las instrucciones de lavado.
- Realiza un trueque de libros entre amigos o familiares.

Deporte más empresas:

la sinergia del patrocinio deportivo

El deporte es un fenómeno global. Es en los Juegos Olímpicos donde más claramente se puede percibir su enorme capacidad de convocatoria, que lo convierte en un negocio multimillonario y muy atractivo para aquellas empresas que pagan por compartir su brillo.

Este mes arranca la temporada olímpica y, como cada cuatro años, nos reuniremos frente a los televisores para apoyar a nuestros compatriotas y conocer a los mejores atletas del mundo. Londres, sede de los Juegos Olímpicos, espera recibir cerca de 900 mil visitantes ávidos de vivir la experiencia directa de ver a quienes alcanzan la gloria gracias a portentosas hazañas. Un solo evento mantendrá, durante dos semanas, la atención de millones de personas en todo el mundo, y eso será muy bien aprovechado por las grandes empresas que patrocinan la fiesta olímpica, tomándola como plataforma para llegar a millones de consumidores potenciales.

El *sportsmarketing* se encarga de establecer el vínculo de una marca deportiva, ya sea un atleta, un equipo o un evento, con los aficionados, quienes son, finalmente, los consumidores de esa marca. Las estrategias son muchas, pues abarcan toda una serie de acciones para la comercialización de cualquier marca involucrada en el deporte; pero, sin lugar a dudas, una de las más importantes es el patrocinio deportivo: es aquí donde el *marketing* adquiere sus propias reglas, pues se trata de una relación comercial en la que ambas partes (patrocinador y patrocinado) se benefician mutuamente con la finalidad en común de llegar a los consumidores, es decir, los aficionados al deporte.

> El *sportsmarketing* se encarga de establecer el vínculo de una marca, ya sea un atleta o un evento, con los aficionados

Esta estrategia, que se produjo desde que la televisión convirtió al deporte en un fenómeno mediático y masivo, está muy emparentada con la publicidad, aunque no es exactamente lo mismo. El objetivo del *marketing* deportivo es aumentar la notoriedad de una marca comercial al ligarla con la imagen y los valores de una marca deportiva –organización, personalidad o evento–, por medio de una transacción comercial entre los participantes, con el fin de aumentar considerablemente el volumen del negocio.

Por tanto, dentro del patrocinio existen objetivos tanto de comunicación como económicos: el patrocinador desea acercarse a los consumidores al relacionarlos con el producto deportivo; mientras

que la marca deportiva ve en el patrocinio una fuente de financiamiento para su desarrollo o para la realización de sus eventos.

Esta relación es dinámica y está en constante transformación; con las innovaciones tecnológicas que han afectado las estrategias de la comunicación, el *marketing* deportivo ha ido evolucionando en cuanto a sus objetivos y alcances.

¿CÓMO SE BENEFICIA EL PATROCINADOR?

Los inicios de esta práctica se remontan a la década de los ochenta, pero aún no existía una estrategia propiamente dicha, de manera que el patrocinador, a cambio de sus aportaciones, podía aparecer dentro de los eventos deportivos a través de anuncios publicitarios o haciendo relaciones públicas.

En una segunda etapa –años noventa–, se aprovechó mejor la relación con el deporte para realizar lanzamientos de nuevos productos, posicionar precios, activar promociones y crear nuevos canales de distribución.

En el siglo XXI encontramos una tercera etapa en la que se busca que el patrocinio deportivo sea un activador de experiencias de la marca. Esto es, que mediante el patrocinio se implementen estrategias que generen experiencias gratificantes para el consumidor.

¿Y cómo se producen estas experiencias? En el número de junio, en el reportaje sobre *neuromarketing*, hablamos de las estrategias sensoriales: crear experiencias a través de los sentidos que vayan más allá de la simple imagen visual o el mensaje textual. Pero el *marketing* experiencial abarca, además, la dimensión afectiva, que está a flor de piel cuando se trata de un evento deportivo; también involucra la dimensión intelectual, cuando la experiencia invita a la reflexión, al debate y a la controversia. Entonces, ¿qué mejor que las contrariedades que provocan los resultados de una final deportiva?

El *marketing* experiencial también aprovecha las relaciones interpersonales de los aficionados, lo cual se amplifica exponencialmente con las redes sociales; y, finalmente, busca mostrarle a los consumidores nuevas formas de hacer las cosas, experiencias físicas y estilos de vida.

Por el lado del patrocinado, es decir, la marca deportiva, los beneficios no solamente son los ingresos que recibe, sino también el prestigio que le confiere la vinculación a la marca patrocinadora, vínculo en el cual se identifican uno con la otra; además del apoyo logístico en la organización de actividades que le facilita esta empresa.

EL *MARKETING* OLÍMPICO

La evolución del *marketing* deportivo está íntimamente ligada a acontecimientos como los Juegos Olímpicos. Es por eventos como éste que hoy el deporte es un fenómeno de masas, inseparable del concepto de espectáculo, pues los deportes de élite tienen una gran capacidad para atraer la atención e influir en el ánimo de las personas. Pero esto se ha ido dando paulatinamente durante los poco más de cien años que han transcurrido desde que se inauguraron los primeros Juegos Olímpicos modernos, en 1896.

Aunque en ese entonces no se vislumbraba el potencial de convocatoria que hoy conocemos, hubo empresas que hicieron aportaciones, como Kodak –la más duradera de los patrocinadores hasta la fecha–, Coca-Cola –actualmente patrocinador "top"–, y otras grandes corporaciones de la época, a cambio de publicidad instalada cerca de los recintos deportivos, pues en aquel entonces estaba prohibida en el interior.

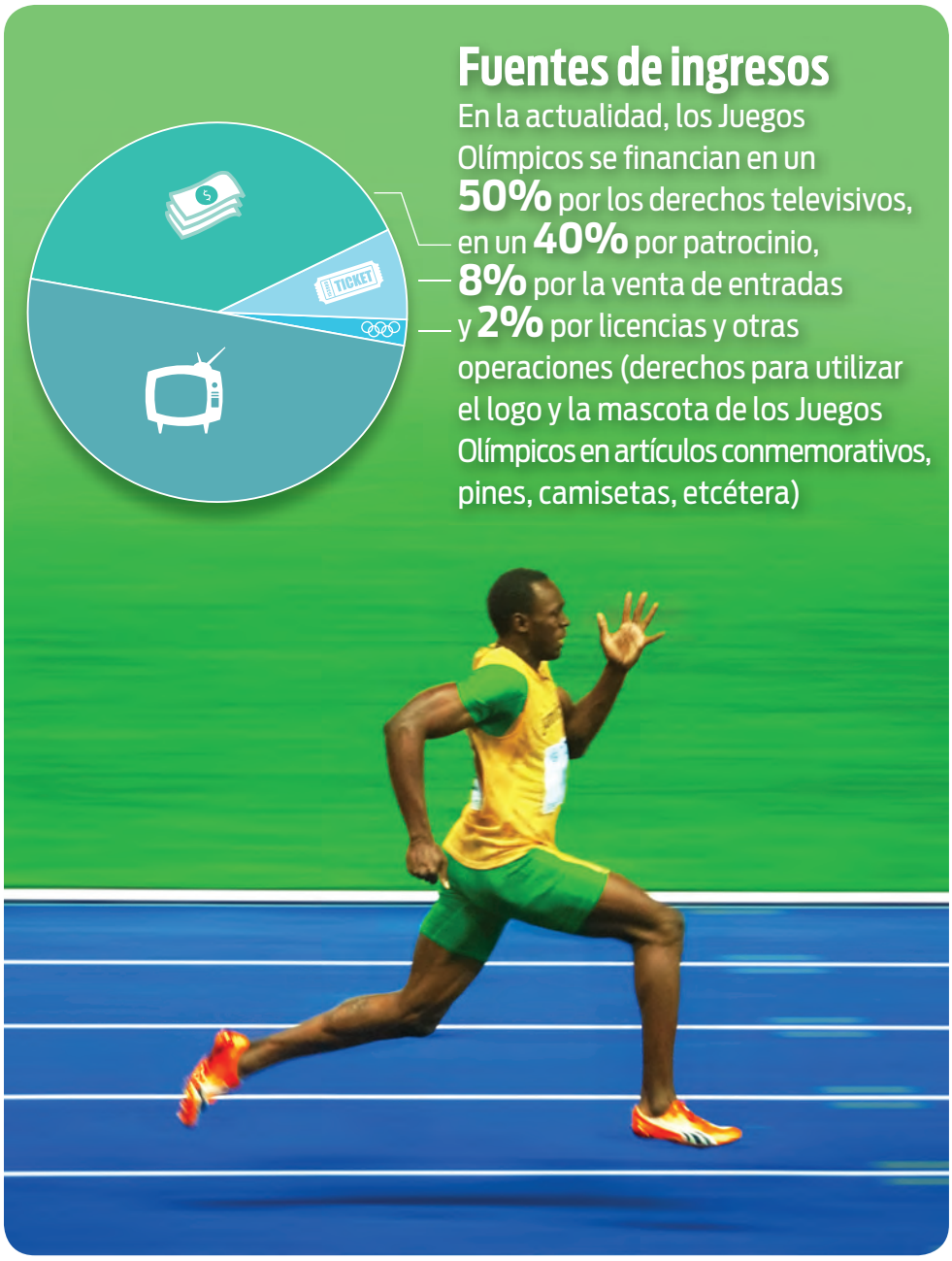
Costo olímpico

En 2008, **China** gastó **41 mil 400 millones de dólares** para recibir a los 2.3 millones en Beijing. La derrama económica de este evento se estimó en **120 mdd.** En contraste, los Juegos de Atenas costaron **11 mil 200 mdd,** y las de Sídney **6 mil 600 mdd**

Cada cuatro años, la suma recaudada por concepto de patrocinios de las TOP aumenta:

Olimpiada	Número de socios (TOP)	Monto recaudado por patrocinios
Sídney 2000	11	579 mdd
Atenas 2004	11	663 mdd
Beijing 2008	12	866 mdd
Londres 2012	11	957 mmd

Fuente: OIC



El gran cambio, como ya se mencionó, se dio tras la aparición de la televisión. Los primeros Juegos Olímpicos televisados fueron los de Berlín en 1936 –aquellos inmortalizados en el documental *Olympia*, de Leni Riefenstahl, utilizado para fines propagandísticos por el régimen nazi–, con un total de 138 horas de retransmisión y 162 mil telespectadores. Estos Juegos instauraron el contenido deportivo como uno de los predilectos de los televidentes. De esta manera, el fenómeno no ha hecho más que aumentar –a la par de las audiencias–, volviéndose más atractivo para patrocinadores, que encontraron en la televisión la oportunidad de trascender los muros de estadios y gimnasios para llegar a los consumidores en sus hogares. No sólo eso, sino la oportunidad de seguir apareciendo inclusive después del acontecimiento, gracias a las retransmisiones de las cadenas televisivas.

Desde ese momento, la participación de empresas y marcas se ha incrementado, por lo que se establecieron tarifas por derechos de retransmisión televisiva. Fue en los Juegos Olímpicos de Roma, en 1960, que se presentó la experiencia del patrocinio tal como la entendemos en la actualidad, pues las empresas adquirieron el derecho de usar los lemas "proveedor oficial" y "patrocinador oficial", enfatizando la exclusividad.

Hasta Tokio 64, la colaboración de los patrocinadores había sido en especie: la construcción de estadios o gimnasios, o de viviendas para albergar lujosamente a los atletas; también aportando tecnología informativa, transporte o servicios de paquetería. Pero en ese entonces, los patrocinadores no hacían ningún tipo de desembolso económico, y podían participar marcas de un mismo producto, es decir, rivales.

Durante la década de los setenta, los patrocinios aumentaron tanto que el número de empresas participantes llegó a 628, y fueron clasificadas en patrocinadoras oficiales, colaboradoras, suministradoras y licenciatarias.

Sin embargo, este crecimiento no es nada comparado con lo que sucedería en las dos últimas décadas del siglo XX, cuando los programas de *marketing* entraron en un mercado de dimensiones mundiales. Este periodo de auge se debe a la transformación del deporte en un fenómeno global gracias a la comunicación satelital y a la cada vez más fuerte interdependencia entre televisión y deporte, que incentivó el interés de las empresas por asociar su imagen a deportes de élite.

> Los Juegos de Los Angeles 84 fueron un parteaguas en este tema. Estos fueron los primeros completamente financiados por fondos privados

LOS TOP

El éxito se debió a que se redujo el número de patrocinadores a un grupo muy selecto de solamente 35 empresas, bajo un preciso criterio de exclusividad que sólo permite una marca de cada sector, para que no compitan entre ellas. Se creó un programa de patrocinio olímpico que hasta hoy se conoce como TOP (The Olympic Partners), bajo el principio de que, a menos participantes, mayor valor obtendrá cada patrocinador de forma individual.

Hasta los Juegos de Londres que inician este mes, el programa de patrocinios se ha reducido cada vez a menos participantes. Las TOP en 2012 son sólo 11: Coca-Cola, Panasonic, P&G, Atos Origin, McDonald's, Acer, Omega, Dow, GE, Visa y Samsung. Sin embargo, existen otras categorías, como los socios oficiales para Londres 2012; o las empresas de apoyo y soporte y empresas proveedoras, las cuales participan a nivel local y se anuncian exclusivamente en Reino Unido. Estas son las únicas que tienen derecho a relacionarse con la marca de los Juegos Olímpicos.

¿Qué tan desarrollado está el *sportsmarketing* en México?

Hussein Forzán, director general de Publimarketing y ex comentarista deportivo, señala que esta práctica es relativamente nueva, y está muy enfocada al futbol.

A pesar de que ha habido esfuerzos de varias empresas por apostar al beneficio de la marca, la búsqueda de patrocinios se ha visto limitada, sobre todo a nivel de atleta individual. Forzán asegura que son los clubes profesionales los que poseen una mayor conciencia de su condición como producto de consumo.

Agrega que no basta con aparecer en una playera o estadio, pues el evento deportivo debe generarle al fan o consumidor del deporte una experiencia, en la cual el patrocinador está involucrado, y esa experiencia va más allá del resultado a favor o en contra del deportista, pues siempre que haya una interacción con el aficionado y éste "viva" el acontecimiento, habrá un impacto.

Entrevista:
· Hussein Forzán, director general de Publimarketing.

Fuentes:
· Campos, Carlos .(1997). *Marketing y patrocinio deportivo*. Extremadura: Universidad de Extremadura.
· Comité Olímpico Internacional (OIC). (2012). *Olympic Marketing Fact File*. En http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf (Consultado el 7 de junio de 2012).
· Piug, Josep María. (2006). *Marketing olímpico: una perspectiva histórica*. Barcelona: Centro de estudios Olímpicos de la Universidad de Barcelona.
· Romero Sosa, Yolmer Alexis. (2012). "Guía para la construcción de una propuesta de patrocinio desde la percepción del marketing experiencial", *Revista Deporte & negocios*, edición global, No. 48, año 2012.

Todos estos servicios puedes encontrarlos en las delegaciones y subdelegaciones. Localiza la tuya.

PROFECO servicios

Te invitamos a conocer nuestros canales de contacto y a utilizar las herramientas a tu disposición para defender tus derechos:

Síguenos en Twitter: @profeco

Revista del Consumidor en Línea: consulta los estudios de calidad, Tecnologías Domésticas, programas de radio y TV, además de *webcasts*, *podcasts*, y artículos sobre consumo inteligente. Visita **revistadelconsumidor.gob.mx**

Contacto ciudadano: es el espacio de atención ciudadana en el que proveedores y consumidores pueden realizar trámites, como solicitudes de calibración de instrumentos de medición, venta de hologramas y asesoría en general. Escríbenos a **contacto_ciudadano@profeco.gob.mx**

Brújula de compra: suscríbete a este *newsletter* para recibir artículos, análisis de precios, estudios comparativos y recomendaciones para ahorrar y comprar con conocimiento. Encuéntralo dentro de **profeco.gob.mx**

Registro Público para Evitar Publicidad: para evitar recibir publicidad no deseada en tu teléfono, inscribe tu número al **9628 0000** (DF, Zona Metropolitana, Guadalajara y Monterrey) o **01 800 962 8000** (resto del país).

Concilianet: cero filas, cero espera, cero papel. Sólo necesitas una computadora con acceso a internet y la disposición de hacer valer tus derechos. En **concilianet.profeco.gob.mx** puedes presentar tu queja con los proveedores que ya concilian en línea.

Asesorías: entra en contacto directo con especialistas en derechos del consumidor en **asesorías@profeco.gob.mx**

Quién es Quién en los Precios: herramienta en línea para consultar el precio de cerca de 2 mil productos de abarrotes, carnes, lácteos, frutas, verduras, electrodomésticos, línea blanca y medicamentos en 23 ciudades del país.

Buró comercial: ¿quieres saber el número y motivo de quejas o reclamaciones contra proveedores, así como si los contratos de adhesión que utilizan contienen cláusulas abusivas o inequitativas? Consúltalo en **burocomercial.profeco.gob.mx**

Asociaciones de consumidores: únete con tus vecinos y amigos para defender tus derechos como consumidor, protegerte de proveedores abusivos y difundir la cultura de un consumo responsable. Contáctanos en **asociaciones@profeco.gob.mx**

Procitel: a través del Programa de Citas por Teléfono es posible concertar un encuentro en tu delegación o subdelgación **Profeco** para iniciar un proceso de queja contra algún proveedor. Para hacer uso de este servicio, comunícate al **Teléfono del Consumidor**.

Teléfono del Consumidor: recibimos tus dudas, quejas y denuncias. Ten siempre a la mano el **5568 8722** (DF y zona metropolitana) y **01 800 468 8722** (resto del país).

Directorio de delegaciones

OFICINAS CENTRALES

Av. José Vasconcelos 208, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, México DF.

Centro de Documentación Profeco (Cedoc)
Consulta o compra la **Revista del Consumidor**, adquiere los libros publicados por **Profeco** y accede a una biblioteca especializada en consumo. Lunes a viernes de 9:00 a 18:00.

DELEGACIONES PROFECO

AGUASCALIENTES
Juan de Montoro #103, col. Centro, CP 20000, Aguascalientes. Tel. 916 2969

BAJA CALIFORNIA
Guadalupe Victoria #9440, edificio Daroca, a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zona del Río, CP 22320, Tijuana. Tel. 684 8916
Subdelegación: Av. Pioneros #1005, Palacio Federal, colonia Centro Cívico, CP 21000, Mexicali. Tel. 557 3084

BAJA CALIFORNIA SUR
Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, CP 23060, La Paz. Tel. 122 8077

CAMPECHE
Av. 16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, primer piso, col. Centro, CP 24000, Campeche. Tel. 811 0672

COAHUILA
Blvd. Venustiano Carranza #2879 (a un lado del SAT), col. La Salle, CP 25240, Saltillo. Tel. 416 5445
Subdelegación: Av. Matamoros #1285 Poniente, col. Centro, CP 27000, Torreón. Tel. 712 6406

COLIMA
José Antonio Torres #402, esq. Av. Rey Colimán, col. Centro, CP 28000, Colima. Tel. 314 6949
Subdelegación: Balbino Dávalos #54, esq. Carrillo Puerto, col. Centro, CP 28200, Manzanillo. Tel. 332 9180

CHIAPAS
Circunvalación Tapachula #844, col. Moctezuma, CP 29030, Tuxtla Gutiérrez. Tel. 602 5938
Subdelegación: Octava Avenida Sur #46, entre 2ª y 4ª Poniente, col. Centro, CP 30700, Tapachula de Córdoba. Tel. 626 7501

CHIHUAHUA
Av. Benjamín Franklin #3220, interior 7, col. Margaritas. CP 32315, Cd. Juárez. Tel. 613 5087
Subdelegación: Ramírez #2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, CP 31030, Chihuahua. Tel. 410 0778

DISTRITO FEDERAL
Centro (Benito Juárez, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Azcapotzalco): Dr. Carmona y Valle #11, 4º y 5º piso, col. Doctores, CP 06720. Tel. 5578 0412
Oriente (delegaciones políticas: Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza): Azafrán #18 1er piso, col. Granjas, CP 08400. Tel. 5686 1900
Poniente (delegaciones políticas: Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo): Toltecas #23, esq. Calle 10, col. San Pedro de los Pinos, CP 01180. Tel. 5272 5056
Sur (Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco): Periférico #5323, col. Isidro Fabela, CP 14030. Tel. 5528 7419

DURANGO
Zaragoza #110 Sur, col. Zona Centro, CP 34000, Victoria de Durango. Tel. 825 3327

ESTADO DE MÉXICO
Naucalpan: Avenida 3 #47, entre Avenida de las Torres y Blvd. Toluca, col. Fraccionamiento Industrial Naucalpan, CP 53370. Tel. 5576 6059
Nezahualcóyotl: Cucaracha #293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, CP 57000. Tel. 5743 5746
Tlalnepantla: Mario Colín #56, col. Centro, CP 54000. Tel. 5390 7539
Toluca: Santos Degollado #103 (enfrente del Cosmovitral), col. Centro, CP 50000. Tel. 215 7070
Ecatepec: Av. Hank González #50, Mza. 44, pasillo 29 (Center Plaza Ecatepec), col. Valle de Anáhuac, CP 55210. Tel. 5774 5006

GUANAJUATO
5 de Mayo #341, col. Obregón, CP 37320, León de los Aldama. Tel. 716 6044
Subdelegación: Av. Guerrero #1385, esq. Fco. Sarabia (a una cuadra del estadio), col. Moderna, CP 36690, Irapuato. Tel. 635 2414

GUERRERO
Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, CP 39300, Acapulco de Juárez. Tel. 483 1558
Subdelegación: Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, CP 40000, Iguala de la Independencia. Tel. 332 7450

HIDALGO
Cuauhtémoc esq. pasaje a la iglesia La Villita #700, col. Revolución, CP 42060, Pachuca. Tel. 714 0636

JALISCO
Marsella #49, 2º piso, Sector Juárez, col. Americana, CP 44160, Guadalajara. Tel. 3615 7383

MICHOACÁN
Blvd. García de León #1908, col. 5 de Diciembre, CP 58280, Morelia. Tel. 315 6150

MORELOS
Av. Atlacomulco #76, antes 202, col. Acapantzingo, CP 62440, Cuernavaca. Tel. 314 5918

NAYARIT
Av. México #142 Sur, col. Centro, CP 63000, Tepic. Tel. 212 3457

NUEVO LEÓN
Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, CP 64460, Monterrey. Tel. 8347 4849

OAXACA
Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma, CP 68050, Oaxaca. Tel. 513 4141

PUEBLA
19 Sur #506, desp. 103, col. La Paz, CP 72160, Heroica Puebla de Zaragoza. Tel. 232 6700

QUERÉTARO
Av. Constituyentes #102, Oriente, planta baja, col. Quintas del Márquez, CP 76047, Santiago de Querétaro. Tel. 223 5722

QUINTANA ROO
Av. Coba #9 y 11, Supermanzana 22 (frente al Seguro Social), col. Centro, CP 77500, Cancún. Tel. 884 2634
Subdelegación: Av. Juárez por 45 Sur, local #7 (interior Plaza Papagallos), col. Centro, CP 77710, Playa del Carmen. Tel. 803 1261

SAN LUIS POTOSÍ
Librado Rivera #215, col. Del Valle, CP 78200, San Luis Potosí. Tel. 841 2500

SINALOA
Blvd. Francisco I. Madero #744 Poniente, col. Centro, CP 80000, Culiacán de Rosales. Tel. 712 5848

SONORA
Oaxaca #150 Poniente, esq. Escobedo, Edificio San Enrique, col. Centro, CP 83000, Hermosillo. Tel. 213 8620
Subdelegación: Chihuahua #169 Sur, entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, CP 85000, Ciudad Obregón. Tel. 415 2588

TABASCO
Carmen Cadena de Buendía #133, col. Nueva Villahermosa, CP 86070, Villahermosa. Tel. 312 3795

TAMAULIPAS
Juan B. Tijerina #925, col. Centro, CP 87000, Ciudad Victoria. Tel. 312 9471
Subdelegación: Blvd. Morelos #475 esq. República de Argentina, col. Anzalduas, CP 88630, Reynosa. Tel. 922 7769
Subdelegación: Av. Hidalgo #5004, primer piso, local 1, col. Sierra Morena, CP 89210, Tampico. Tel. 213 2432

TLAXCALA
Calle 33 #203, col. Loma Xicohténcatl, CP 90070, Tlaxcala de Xicohténcatl. Tel. 462 7835

VERACRUZ
Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz. Tel. 100 3894
Subdelegación: Cánovas #2, col. Centro, CP 91000, Xalapa. Tel. 812 4382

YUCATÁN
Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966

ZACATECAS
Fernando Villalpando #214, col. Centro, CP 98000, Zacatecas. Tel. 922 0460

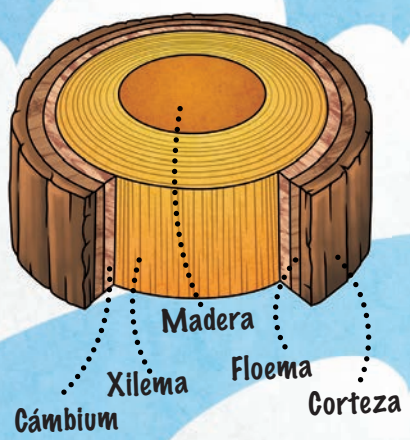
PEQUEÑOS CONSUMIDORES

MIS AMIGOS LOS ÁRBOLES

El 12 de julio se celebra el Día del Árbol. Los árboles son grandiosos seres vivos; no sólo producen el oxígeno que respiramos, también reducen la contaminación del aire, ayudan a mantener un clima agradable, nos brindan alimento y dan refugio a muchos animales.

Los árboles están formados por tres partes: la raíz, el tronco y la copa. El tronco, a su vez, tiene una capa externa de consistencia suave y aspecto rugoso llamada corteza.

La corteza se compone de:



Corteza: es lo que se ve desde fuera del tronco. Es la capa que protege al árbol de los insectos, enfermedades, temperaturas extremas y otros daños.

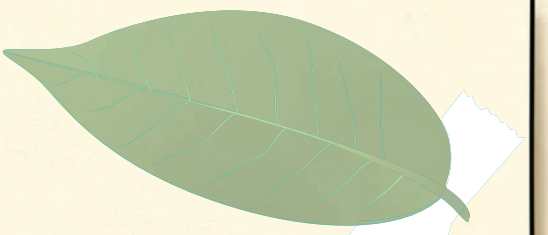
Floema: es la corteza interna. Transporta los carbohidratos producidos en las hojas a las otras partes del árbol, donde se convierten en el alimento que necesita el árbol para crecer.

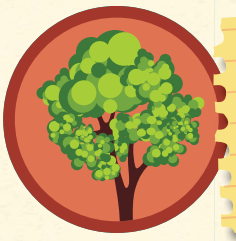
Cámbium: es responsable del grosor de los tallos.

Xilema: su función es conducir el agua y las sales minerales desde las raíces hasta las hojas.

Madera: es el conjunto de células que forman el tejido leñoso.

Existe una gran cantidad de árboles, todos con diferentes formas, tamaños, colores y flores. Para identificarlos, los especialistas observan las características de las hojas: su forma, color, si tienen espinas, entre otras cosas. ¡Tú también puedes ser un experto! Recolecta hojas cerca de tu escuela o casa y conoce los diferentes tipos de árboles que hay a tu alrededor.



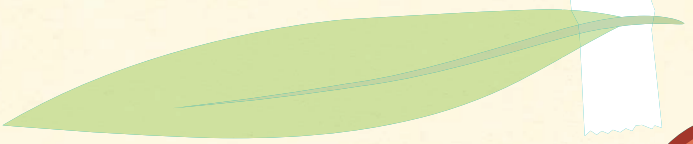


Ficus

Hojas gruesas de 6 a 13 cm de largo, ovales y puntiagudas. Sus hojas nuevas son de un verde más claro que contrasta con las antiguas, de color más oscuro.

Pino

Tienen ramas largas de las que crecen ramas más cortas con forma de escamas (braquiblastos), de donde crecen hojas con forma larga y fina, a las que se les llama acículas.



Higuera

Las hojas de la higuera son de 12 a 25 cm de largo y de 10 a 18 de ancho, profundamente redondeadas, formadas por 3 o 5 ondas.

Eucalipto

Producen hojas intermedias y adultas que son ovaladas, miden aproximadamente 11 cm de longitud y 2 cm de ancho; su color es azul grisáceo.

Jacaranda

Hojas grandes de 30 a 50 cm de longitud, con pequeñas hojas en forma oval y textura lisa. La cara superior de la hoja es de color verde oscuro, la cara inferior, pálida. El follaje de la jacaranda es útil para atrapar la contaminación del aire.

Gráfico: Bruno Piña

Fuente: http://www.arboles.org
http://www.semarnat.gob.mx/Pages/Inicio.aspx
¡Apapacha un árbol! Reforestación escolar, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, México, 2008.

EL TURNO DE

Isaac y Ever Palma

Seleccionados y consumidores olímpicos

Por primera vez en la historia olímpica mexicana, dos hermanos califican para la misma prueba. Originalmente dedicados al tae kwon do, hoy figuran entre los mejores tiempos para los 20 km de marcha. Isaac y Ever compaginan el entrenamiento arduo con sus estudios universitarios. Aunque comparten la disciplina deportiva, cada uno de ellos nos habló sobre su propio lado consumidor. No hay que perderles la pista.

Foto: Rodolfo Valtierra

Ever 20 años, estudia Administración de Negocios

Isaac 21 años, estudia Gastronomía

¿Eres gastador?

Ever: Sí, sobre todo cuando salgo con mis amigos.

Isaac: No, en lo que más gasto es en comida.

¿Qué te compraste con tu primera beca?

Ever: Un celular.

Isaac: Lo ahorré.

¿Cambias tus hábitos de consumo cuando sales del país?

Ever: Sí, porque en otros países veo cosas innovadoras. En España hay ropa muy moderna, hay marcas con diseños muy originales.

Isaac: Sí, sobre todo en Estados Unidos, porque encuentro cosas que aquí no consigo.

¿Cuidan mucho su alimentación?

Bastante. Evitamos comer carne roja, pastas, jugos y refrescos; todo lo graso o con mucha azúcar. Consumimos más carne blanca, verduras y frutas.

¿Comer en la calle o cocinar?

Issac: Si tengo tiempo prefiero cocinar, sobre todo comida mexicana, sin importar la región, porque mezcla muchos ingredientes, sabores y texturas.

Ever: Comer en casa... y que Isaac cocine.

¿En qué gastan más como deportistas?

En tenis, 16 pares al año cada uno.

¿Cómo somos los mexicanos como deportistas?

Ever: Somos buenos, pero hace falta disciplina y una mentalidad ganadora, dejar de ser conformistas.

Isaac: Hay mucha pasividad, a muchos les da flojera el esfuerzo que requiere y no creen que sea importante.

¿Qué hace falta para que los mexicanos practiquen más deporte?

Ever: Practicarlo desde el kínder y la primaria. He viajado a países donde desde muy pequeños les inculcan la cultura del deporte.

Isaac: Que sepan que el deporte a cualquier nivel te puede llevar a buenas cosas. Practicarlo para divertirse y convivir, trae buenos momentos. En mi familia los fines de semana y en vacaciones nos damos el tiempo de ir a jugar básquet, frontón o a nadar.

¿Revisas la calidad de los productos que compras?

Isaac: ¡Claro! De hecho yo hago el súper en mi casa y busco que el precio sea justo y que el producto me convenga y me dé más. Además, leo muy bien las etiquetas porque tenemos que cuidar mucho lo que comemos.

De las páginas de...

PROTEJA

$U DINERO

¿Buscando guía?

Pulula gente que se asume como asesor de finanzas personales. ¿Cuánta? Incontable: promotores de Afores, ex trabajadores bancarios o casabolsistas, agentes de seguros, contadores... todo aquél que así lo afirme.

Elegir a la persona a la que le permitirás conocer tus intimidades en el manejo del dinero debe tomarse tan en serio como escoger un médico o abogado, pues la formación del patrimonio y tu seguridad personal están en juego.

Un asesor de finanzas personales debe tener una carrera específica y afín al área de finanzas o economía, conocer todos los instrumentos que te ofrecerá y antes que nada, identificar tus necesidades para sugerirte los productos adecuados.

Es indispensable conocer al asesor y tratarlo antes de contratarlo: conocer su currículum, pedirle referencias. ¿Las certificaciones cuentan? Sí, ayudan. Pero es igualmente importante su trayectoria. Que no sólo tenga éxitos académicos.

No le digas que sí a la primera, a quien te quiera vender un seguro o cambiar de Afore. Toma la información y cotéjala contra la opinión de otro asesor, o de un maestro de matemáticas financieras, de economía o de administración financiera.

Cuidado

1. No brindes datos financieros en la primera cita.
2. Observa si el asesor te plantea los riegos de cada transacción o escenario, y no solamente las ventajas (desconfía si sólo está apresurado en hacer una venta o colocar un producto).
3. Pide otra opinión antes de firmar cualquier documento.
4. Solicita siempre comprobantes de transacciones, estados de cuenta y contratos.
5. Elimina toda posibilidad de pagos en efectivo. Usa cheques o traspasos electrónicos.

Si quieres más pistas sobre cómo elegir a un buen asesor, consulta el artículo completo en www.condusef.gob.mx/Revista

Envíanos tus preguntas y comentarios sobre servicios financieros a educacionfinanciera@condusef.gob.mx

Del D.F. y área metropolitana
53 400 999
de todo el país
01 800 999 80 80

Síguenos por *twitter*: **@CondusefMX**

www.condusef.gob.mx

Educación Financiera

Portal del Consumidor Profeco

Todo lo que necesitas saber, para comprar inteligentemente, en un solo lugar: **consumidor.gob.mx**

- Consulta el archivo histórico de estudios de calidad desde 1976.
- Conoce cuáles son las empresas con más quejas en cada estado del país.
- Entérate de los productos que representan un riesgo para tu seguridad.

Sin tanto rollo

Síguenos en Twitter: @profeco

Soy consumidor y tengo el PODER

PLATILLO *sabio*

El PSP se refiere a la posibilidad de integrar, en un solo plato, verduras, cereales, leguminosas o alimentos de origen animal que cumplan con los principios de una dieta equilibrada.

Todos los ingredientes utilizados han sido cuidadosamente cuantificados para asegurar que las preparaciones sean agradables y nutritivas, es decir, que aporten energía, proteínas, vitaminas y minerales.

Además, se usan con moderación alimentos que los expertos en nutrición recomiendan no consumir en grandes cantidades, como azúcares refinados, carne roja, sal y grasas saturadas. Aquí te enseñaremos a preparar platillos nutritivos, económicos, deliciosos, prácticos e imaginativos.

Este mes te proponemos una deliciosa y sofisticada receta, que consiste en milanesas cubiertas de berenjena y dos quesos, bañadas en una deliciosa salsa de verduras, y acompañadas de puré de papa. Esta opción te da un importante aporte proteínico proveniente de la carne y el queso, el cual se complementa con los carbohidratos del pan y la papa, además del potasio de la berenjena.

Los chiles de nuestra segunda propuesta son una excelente opción si hoy no deseas comer carne, pero quieres una comida completa y muy sabrosa, pues el queso te aporta proteínas suficientes que se complementan muy bien con los carbohidratos y la fibra del arroz, la salsa y el chile.

Bon appétit!

El PSP está avalado por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco.

Profeco

89. MILANESAS CON BERENJENA A LA PARMESANA

APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN

Kilocalorías 511 * Proteínas 29 g * Grasa 28 g * Colesterol 95 mg * Fibra dietética 3 g

INGREDIENTES (6 RACIONES)

- ½ kg de milanesas chicas (de res, ternera o cerdo)
- 1 berenjena (350 g) cortada en rodajas delgadas con todo y cáscara
- ¾ de taza de leche (180 ml)
- 60 g de queso oaxaca deshebrado
- 6 cucharadas de queso parmesano en polvo (48 g)
- 3 papas grandes (600 g), cocidas y hechas puré
- 1 taza de pan molido (100 g)
- 3 jitomates (600 g) pelados, sin semillas y picados finamente
- 1 chile pimiento (110 g) en cuadritos finos
- 1 trozo de cebolla (60 g) finamente picada
- 2 dientes de ajo (4 g) finamente picados
- 1 cucharadita de azúcar (5 g)
- 6 cucharadas de mantequilla (60 ml) fundida
- 5 cucharadas de aceite de oliva (50 ml) o el aceite de su preferencia
- ½ taza de caldo o agua (125 ml)
- 1 cucharadita de orégano seco triturado
- ½ cucharadita de albahaca seca triturada
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

1. Salpimienta las milanesas y reserva. En un recipiente extendido y poco hondo, revuelve el pan con el queso parmesano hasta integrar totalmente.
2. Funde tres cucharadas de mantequilla y viértela sobre la mezcla anterior; revuelve perfectamente hasta que quede lo más fina posible.
3. Pasa las milanesas por la leche y luego empanízalas con la mezcla anterior, dando pequeñas palmaditas sobre ellas para que el pan quede bien impregnado. Colócalas sobre una charola para horno. Reserva.
4. Cubre el fondo de otra charola para horno con papel encerado y coloca las berenjenas; con la ayuda de una brocha, barnízalas con un poco de aceite, espolvorea sobre ellas sal y un poco de orégano.
5. Precalienta el horno a 180 °C e introduce ambas charolas, las berenjenas en la parte baja y las milanesas en la parte media. Hornea hasta que las berenjenas se doren y retíralas. Aumenta la temperatura del horno a 225° y deja las milanesas hasta que la capa de pan se vea dorada. Luego sácalas para que se enfríen.
6. Mientras, calienta el aceite restante y acitrona el ajo y la cebolla, agrega el pimiento y el jitomate picado. Luego incorpora el resto del orégano y la albahaca; añade el caldo o agua y el azúcar. Verifica la sazón. Tápalo y deja que se cueza durante unos 15 minutos a fuego bajo.
7. Junta las milanesas una sobre otra y córtalas en tiras –esto es sólo para facilitar el servido, si lo prefieres, puedes dejarlas enteras–, colócalas en un refractario y cúbrelas con las rodajas de berenjena. Baña con la salsa y distribuye encima el queso deshebrado.
8. Hornea nuevamente a 180 °C durante 15 o 20 minutos hasta que esté bien caliente y el queso se funda.
9. Mezcla el puré de papa con ¼ de taza de leche y la mantequilla restante fundida. Salpimienta.
10. Sirve las milanesas acompañadas con el puré.

90. CHILES RELLENOS TLAXCALTECAS

APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN

Kilocalorías 588 * Proteínas 23 g * Grasa 29 g * Colesterol 55 mg * Fibra dietética 6 g

INGREDIENTES (6 RACIONES)

- 12 chiles pasilla grandes (120 g) abiertos por un lado, limpios, sin semillas y remojados ligeramente en agua caliente
- 350 g de queso manchego cortado en bastones
- 180 g de arroz
- 500 g de tomates verdes cortados en cuartos
- 300 g de jitomate molido
- 1 zanahoria (110 g) pelada y cortada en cubitos pequeños
- 100 g de cebolla, la mitad fileteada y la otra mitad finamente picada
- 1 taza de chícharos cocidos (80 g)
- 1 taza de granos de elote cocidos (75 g)
- 2 dientes de ajo (4 g)
- Orégano triturado al gusto
- 125 g de piloncillo despedazado
- 6 cucharadas de aceite (60 ml)
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

1. Escurre bien los chiles dejándoles el rabito, rellénalos con los bastones de queso. Reserva.
2. En una sartén, acitrona la mitad de la cebolla fileteada y añade dos cucharadas de aceite; cuando esté transparente, retira y reserva.
3. En la misma sartén, añade una cucharada más de aceite, incorpora los tomates y los ajos, sofríelos hasta que el tomate se vea cocido.
4. Añade una taza de agua e incorpora el piloncillo para que se funda.
5. Licua los tomates con el resto de los ingredientes de la sartén y el orégano, cuela y regrésalo al fuego. Salpimienta.
6. Al soltar el hervor, añade los chiles con la abertura hacia arriba para que no se salga el queso, tapa la sartén y mantén el hervor a fuego medio durante unos 10 minutos, hasta que el queso se funda y la salsa espese ligeramente.
7. Prepara el arroz rojo a la mexicana, friéndolo con el resto del aceite y la cebolla picada. Añade el jitomate molido y deja espesar; incorpora el agua, los chícharos, elotes y zanahorias. Sazona con sal. Tapa y deja cocer a fuego bajo hasta que el agua se evapore y el arroz esté cocido.
8. Sirve los chiles sobre un espejo de salsa, adornando con cebolla fileteada y acompáñalos con el arroz.

Fotos: Armando Rodríguez. **Estilismo culinario:** Nelly Güereña

En revistadelconsumidor.gob.mx busca la preparación de estos platillos en video, a cargo del chef Edgar Núñez. @EdgarNunezM

SUSCRÍBETE AHORA

$250

12 NÚMEROS POR EL PRECIO DE 10

CORRESPONDENCIA CON PORTE POR COBRAR
SOLAMENTE SERVICIO NACIONAL

REGISTRO POSTAL
RESPUESTAS
RP09-0278
AUTORIZADO
POR SEPOMEX

No necesita estampillas
Depositar en cualquier buzón

RESPUESTAS A
PROMOCIONES
COMERCIALES

Revista del **Consumidor**

Administración Postal núm. 40, CP 06140, México, DF

Renovación de suscripción

Suscripción nueva

Llenar con letra de molde

Nombre: _____

Dirección: _____

_____

Colonia: _____

Delegación o municipio: _____

Estado: _____ **CP:** _____

Teléfono: _____

Formas de pago

Correo: envía este cupón con giro inmediato a nombre de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Fax: envía este cupón con tus datos completos y las referencias de tu tarjeta de crédito a los teléfonos **5553 0574** o **5516 6612.**

Teléfono: llama al **01 800 468 8722** lada sin costo desde cualquier otro lugar de la República, para pagos con tarjeta de crédito Visa o Mastercard.

Depósito interbancario: llama al **5516 6612** o **5212 0468**, desde el DF y zona metropolitana, o al **01 800 468 8722**, larga distancia sin costo, para solicitar línea de captura, referencia y convenio.

Multipagos: entra a pagos.profeco.gob.mx, regístrate, llena el formulario, selecciona el servicio y obtén tu suscripción.

Delegaciones: busca en la página **76** tu delegación **Profeco** más cercana, visítala y suscríbete.

Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).

Si no recibes a tiempo tu revista, escríbenos a circulacion@profeco.gob.mx o llama a nuestro departamento de suscripciones a los teléfonos: 5516 6612, 5516 6939 y 5212 0468